



São Paulo, Brasil, 29 de Outubro de 2015 - O GPA [BM&FBOVESPA: PCAR4 (PN); NYSE: CBD] anuncia os resultados do 3T15. Os comentários referem-se ao resultado consolidado do Grupo ou unidades de negócio. As comparações são referentes ao mesmo período de 2014, exceto onde indicado de outra forma.

Resultado do 3º Trimestre/2015

CONSOLIDADO

- Receita líquida total de R\$16,1 bi, com destaque para o desempenho do segmento alimentar, que apresentou crescimento de 7,3% no trimestre, acima do desempenho do setor (*);
- Em Setembro, primeiro mês da consolidação para o Grupo Êxito, a Companhia apresentou o melhor desempenho de vendas do período, com destaque para o segmento de não alimentos;
- Ritmo constante de investimentos, que totalizou R\$ 510 milhões, com foco na expansão orgânica dos formatos de maior retorno. Foram inauguradas 23 lojas no trimestre e 210 lojas nos últimos 12 meses;
- Sólida estrutura financeira com um baixo nível de alavancagem, ganhos de capital de giro, geração de caixa e melhor política de *cash management*.

ALIMENTAR

- Ênfase no programa de reformas das lojas, principalmente na bandeira Extra, com resposta significativa dos consumidores observada através da melhoria do fluxo e melhor desempenho das vendas em cerca de 10 pontos percentuais;
- Melhorias do fluxo de clientes em todas as bandeiras com ganhos de market share em Pão de Açúcar, Assaí e formato de Proximidade (Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar);
- Margem EBITDA ajustada do Multivarejo ao redor de 7,0%, patamar similar ao apresentado desde o início do ano, o que demonstra estabilidade mesmo diante da deterioração observada nos indicadores de consumo e setor ao longo do ano;
- Sólido e consistente resultado do Assaí, com expansão de 44,1% do EBITDA ajustado e margem superior em 0,6 ponto percentual, atingindo 4,0% no trimestre.

VIA VAREJO

- Continuidade das medidas de eficiência e de otimização de custos;
- Intensificação de iniciativas comerciais para crescimento de vendas e ganho de market share;
- Aceleração do Click & Collect, com venda do estoque da Via Varejo nos sites casabahia.com.br e pontofrio.com.br, permitindo a retirada dos produtos em todas as lojas;
- Rollout do Projeto "Crescer Mais": 100 lojas store-in-store de telefonia, 56 lojas no novo conceito de móveis, 36 conversões de bandeira e abertura de 5 novas lojas, sendo 86 nos últimos 12 meses.

CNOVA

- Crescimento sólido (GMV +17,6%), apesar do ambiente macro desafiador no Brasil, com iniciativas estratégicas em andamento e maior foco e disciplina na eficiência de custos.

(*) Baseado nos dados publicados pela ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados)

(R\$ milhões) ⁽²⁾	Consolidado ⁽¹⁾						Alimentar			Via Varejo		
	3T15	3T14	Δ	9M15	9M14	Δ	3T15	3T14	Δ	3T15	3T14	Δ
Receita Bruta ⁽³⁾	17.856	17.356	2,9%	54.943	50.862	8,0%	9.574	8.941	7,1%	4.615	5.964	-22,6%
Receita Líquida ⁽³⁾	16.061	15.649	2,6%	49.405	45.860	7,7%	8.852	8.253	7,3%	4.077	5.280	-22,8%
Lucro Bruto	3.758	4.015	-6,4%	11.734	11.700	0,3%	2.126	2.058	3,3%	1.343	1.738	-22,7%
Margem Bruta	23,4%	25,7%	-2,3 p.p.	23,8%	25,5%	-1,7 p.p.	24,0%	24,9%	-0,9 p.p.	32,9%	32,9%	0,0 p.p.
Despesas Operacionais Totais	(3.347)	(2.874)	16,5%	(9.778)	(8.469)	15,5%	(1.684)	(1.478)	14,0%	(1.280)	(1.219)	5,0%
% da Receita Líquida	20,8%	18,4%	2,4 p.p.	19,8%	18,5%	1,3 p.p.	19,0%	17,9%	1,1 p.p.	31,4%	23,1%	8,3 p.p.
EBITDA ⁽⁴⁾	445	1.167	-61,9%	2.058	3.307	-37,8%	455	593	-23,3%	77	529	-85,5%
Margem EBITDA	2,8%	7,5%	-4,7 p.p.	4,2%	7,2%	-3,0 p.p.	5,1%	7,2%	-2,1 p.p.	1,9%	10,0%	-8,1 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽⁵⁾	677	1.185	-42,9%	2.443	3.418	-28,5%	536	608	-11,8%	196	544	-64,0%
Margem EBITDA Ajustada	4,2%	7,6%	-3,4 p.p.	4,9%	7,5%	-2,6 p.p.	6,1%	7,4%	-1,3 p.p.	4,8%	10,3%	-5,5 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(344)	(378)	-8,8%	(1.039)	(1.078)	-3,6%	(205)	(171)	19,7%	(69)	(147)	-53,5%
% da Receita Líquida	2,1%	2,4%	-0,3 p.p.	2,1%	2,3%	-0,2 p.p.	2,3%	2,1%	0,2 p.p.	1,7%	2,8%	-1,1 p.p.
Lucro Líquido (Prejuízo) Companhia	(122)	391	n.a.	101	1.087	-90,7%	44	185	-75,9%	(12)	224	n.a.
Margem Líquida	-0,8%	2,5%	-3,3 p.p.	0,2%	2,4%	-2,2 p.p.	0,5%	2,2%	-1,7 p.p.	-0,3%	4,3%	-4,6 p.p.
Lucro Líquido Companhia Ajustado ⁽⁶⁾	49	396	-87,7%	403	1.166	-65,4%	106	189	-44,2%	66	234	-71,7%
Margem Líquida Ajustada	0,3%	2,5%	-2,2 p.p.	0,8%	2,5%	-1,7 p.p.	1,2%	2,3%	-1,1 p.p.	1,6%	4,4%	-2,8 p.p.

(1) Inclui os resultados da Cnova (Cnova Brasil + Cdiscount Group); (2) Os somatórios e percentuais podem não conferir devido a arredondamentos. Todas as margens foram calculadas como percentual da receita líquida; (3) Inclui a receita proveniente da locação de galerias comerciais; (4) Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização; (5) EBITDA ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias; (6) Lucro Líquido ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias, assim como os respectivos efeitos de imposto de renda atrelados.



Desempenho de Vendas

Receita Líquida	3T15 x 3T14		2T15 x 2T14	
	3T15	Δ	2T15	Δ
(R\$ milhões)				
Consolidado ⁽¹⁾	16.061	2,6%	16.108	6,0%
Alimentar	8.852	7,3%	8.953	6,4%
Multivarejo ⁽²⁾	6.287	2,1%	6.508	0,7%
Assaí	2.564	22,3%	2.445	25,6%
Não Alimentar	7.227	-2,5%	7.172	5,3%
Cnova ⁽³⁾	3.132	48,0%	2.848	122,0%
Via Varejo ⁽⁴⁾	4.095	-22,7%	4.324	-21,7%

Δ Receita líquida 'mesmas lojas'

	3T15	2T15
Consolidado ⁽¹⁾	-2,7%	-3,5%
Multivarejo + Assaí	3,3%	1,8%
Cnova ⁽³⁾	23,4%	24,7%
Via Varejo ⁽⁴⁾	-24,6%	-23,5%

(1) Não inclui a receita proveniente de operações intercompany; (2) Bandeiras Extra e Pão de Açúcar. Inclui a receita proveniente da locação de galerias comerciais; (3) Cnova: Cnova Brasil + Cdiscount Group. Inclui a receita de comissões do marketplace, sem considerar o volume de mercadorias. (4) Inclui a receita proveniente de operações intercompany. Sem considerar o fechamento das lojas em atendimento ao CADE, a regressão teria sido de 21,9% no trimestre.

Desempenho de Vendas – Consolidado

- No 3T15, a receita líquida consolidada totalizou R\$ 16,1 bilhões, com crescimento de 2,6%. No segmento alimentar (Multivarejo + Assaí), o crescimento da receita líquida foi de 7,3%, com destaque para a continuidade de desempenho expressivo do Assaí (+22,3%);
- O atual ambiente macroeconômico tem se tornado mais desfavorável ao consumo ao longo do ano. Enquanto o segmento alimentar demonstra maior resiliência, o segmento de não alimentos (Via Varejo + Cnova) está sendo mais impactado e como consequência apresentou recuo de 2,5% nas vendas;
- A Companhia manteve seu plano de expansão orgânica no trimestre, com foco nos formatos de maior retorno. No trimestre foram inauguradas 23 novas lojas, sendo 18 lojas do segmento alimentar (7 Minimercado Extra, 6 Minuto Pão de Açúcar, 4 Pão de Açúcar e 1 Assaí) e 5 lojas da Casas Bahia. Nos últimos 12 meses foram inauguradas 210 novas lojas.

Alimentar (Multivarejo + Assaí)

- A receita líquida cresceu 7,3%, totalizando R\$ 8,9 bilhões no trimestre. Foram inauguradas nos últimos 12 meses 124 novas lojas, sendo 100 de Proximidade (71 Minimercado Extra e 29 Minuto Pão de Açúcar), 11 Pão de Açúcar, 8 Assaí, 4 Extra Supermercado e 1 drogaria;



- No conceito 'mesmas lojas', as vendas avançaram 3,3%, um crescimento 0,6 ponto percentual superior ao do 1S15. Essa melhora foi suportada pelo sólido desempenho do Assaí de dois dígitos, motivado pela maior preocupação dos consumidores com relação aos preços, e também pelo bom desempenho das 52 lojas modernizadas do Extra (28 Hipers e 24 Supermercados) entregues a partir de Maio, que já apresentam incremento de 10 pontos percentuais nas vendas se comparadas às lojas não reformadas;
- Roll-out das reformas Extra: até o final de 2015, ao redor de 60 lojas (35 Hipers e 25 supermercados), ou o equivalente a 25% das vendas da bandeira, passará por uma profunda revitalização que contempla não apenas layout, mas também revisão do sortimento e melhoria da prestação de serviços aos clientes. Até o final de 2016 o plano de reformas deve atingir 50-60% das vendas;
- Assim como nos últimos trimestres, o Assaí apresentou sólido crescimento das vendas líquidas de 22,3%, refletindo o desempenho de vendas 'mesmas lojas' de 2 dígitos, com aceleração em relação ao 1S15, motivado pela maior preocupação dos consumidores com relação aos preços. A forte expansão permanece como foco da bandeira com mais uma loja inaugurada no 3T15, totalizando 8 novas lojas nos últimos 12 meses. Em 2015, serão inauguradas 10-12 novas lojas da bandeira;
- Importante destacar a resiliência da categoria de alimentos que mantém crescimento de aproximadamente 4,0% nos últimos 9 meses, reforçando a importância da estratégia multiformato. A Companhia continuará buscando equilibrar seu portfólio de lojas, concentrando a expansão nos formatos de maior retorno (Assaí, Proximidade e Pão de Açúcar) e continuidade da modernização da rede Extra.

Via Varejo

- O terceiro trimestre de 2015 foi um período de forte retração do consumo, atingindo o menor Índice de Confiança do Consumidor da série histórica da FGV IBRE (retração de 25,9% em Setembro/15 vs Setembro/14);
- No 3T15, a receita líquida da Via Varejo totalizou R\$ 4,1 bilhões, queda de 22,7% em relação ao 3T14. No conceito 'mesmas lojas' a redução foi de 24,6%. No 3T15, foram abertas 5 lojas da bandeira Casas Bahia, totalizando 26 lojas abertas no ano e 86 nos últimos 12 meses;
- Os serviços, em contra partida, tais como garantias estendidas, aumentaram a penetração, devido a iniciativas como treinamento de 100% dos vendedores, telemetria, política de pricing e campanhas de venda. A venda no crediário se manteve estável frente às outras formas de pagamento;
- As iniciativas do Projeto 'Crescer Mais' continuam com resultados expressivos de vendas acima da média da empresa:
 - Renovação da Categoria de Móveis: reformulação da área de vendas das lojas e renovação da linha de produtos, já implantada em 56 lojas que apresentam crescimento de 16 p.p. acima da média das lojas não reformadas no acumulado do ano. Móveis é a categoria de maior margem bruta da Via Varejo;
 - Renovação da Categoria de Telefonia: renovação completa na experiência de compra, com mais experimentação e atendimento. Nas 100 lojas já implantadas o crescimento é de 38 p.p. acima da média das lojas não reformadas no acumulado do ano;
 - Conversão de Bandeira: conversão de 36 lojas de Pontofrio para Casas Bahia. A Via Varejo deve acelerar o plano de conversões visando um maior crescimento de vendas e rentabilidade.



Cnova

Os comentários abaixo são parte integrante do release de vendas da Cnova publicado em 9 de Outubro de 2015.

Cnova	3T15 ⁽⁵⁾	3T14 ⁽⁵⁾	Variação	
			Reportado	Câmbio constante ⁽⁶⁾
GMV⁽⁷⁾ (€ milhões)	1.121,2	1.094,1	+2,5 %	+17,6 %
Cdiscount	649,1	555,3	+16,9%	+17,1%
Cdiscount França	640,1	552,4	+15,9 %	
Cdiscount Internacional	9,0	2,9	+208,3 %	+244,2 %
Cnova Brasil	472,2	538,8	-12,4 %	+18,1 %
Cnova Brasil (R\$ milhões)	1.920,0	1.625,6	+18,1 %	
Participação do Marketplace⁽⁸⁾	22,7 %	12,4 %	+1.032 bp	
Cdiscount França	29,8 %	20,5 %	+931 bp	
Cnova Brasil	12,8 %	4,2 %	+862 bp	
Vendas líquidas (€ milhões)	781,4	837,3	-6,7 %	+9,1 %
Cdiscount	410,3	379,5	+8,1%	+8,3%
Cdiscount França	402,5	377,0	+6,8 %	
Cdiscount Internacional	7,8	2,5	+213,7 %	+247,5 %
Cnova Brasil	371,1	457,8	-18,9 %	+9,8 %
Cnova Brasil (R\$ milhões)	1.515,8	1.380,6	+9,8 %	
Tráfego (visitas em milhões)	405,8	318,3	+27,5 %	
Cdiscount França	180,7	136,0	+32,8 %	
Cnova Brasil	212,9	179,5	+18,6 %	
Participação de dispositivos móveis	40,2 %	27,4 %	+1.280 bp	
Cdiscount França	49,8 %	37,2 %	+1.265 bp	
Cnova Brasil	32,4 %	20,5 %	+1.189 bp	
Click-and-collect (pontos de entrega)	21.767	17.206	+26,5 %	
Cientes ativos ⁽⁹⁾ (milhões)	15,4	12,8	+20,2 %	
Nº de itens vendidos (milhões)	15,3	13,2	+16,0 %	
Pedidos ⁽¹⁰⁾ (milhões)	9,1	7,8	+17,0 %	

(5) As atividades do Panamá, do Equador, do MonCornerKids e do MonCornerJardin foram descontinuadas em 1º de julho de 2015. Não há impacto dessas operações em 2014 visto que não existiam nesse período. O MonShowRoom foi reclassificado como atividade descontinuada (exclusivamente para Cdiscount) em 1º de janeiro de 2014. (6) Taxa de câmbio média euro/real no terceiro trimestre: 2014 = 3,01; 2015 = 3,96. (7) Gross Merchandise Volume (GMV) = venda de mercadorias + outras receitas + vendas realizadas nas plataformas marketplace (calculadas com base nos pedidos aprovados e enviados) + impostos. (8) Inclui vendas via marketplaces do www.cdiscout.com na França, bem como dos sites extra.com.br, pontofrio.com, casabahia.com.br e cdiscout.com.br no Brasil. (9) Clientes ativos no final de setembro que tenham realizado pelo menos uma compra em um dos sites da empresa no período de 12 meses, calculado em cada site, pois operamos múltiplos sites com sistemas específicos de identificação de usuários, o que pode resultar na contagem de um indivíduo mais de uma vez. (10) Número total de pedidos realizados pelos clientes antes de cancelamento por fraude ou por não pagamento de pedidos.

- O GMV totalizou € 1.121 milhões no terceiro trimestre de 2015, o que representa crescimento em câmbio constante de +17,6% em relação ao mesmo período em 2014. Considerando o forte impacto negativo de -15,1% da desvalorização cambial do real em relação ao euro, o crescimento do GMV reportado foi de +2,5%. No Cdiscount França, o GMV total cresceu +15,9%. Na Cnova Brasil, o GMV cresceu +18,1% em moeda local, com maior atividade promocional compensando parcialmente a deterioração do ambiente econômico brasileiro.
 - A participação do marketplace no GMV total aumentou 1.032 pontos base no terceiro trimestre de 2015 atingindo 22,7% em comparação a 12,4% no terceiro trimestre de 2014. A participação



do marketplace no Cdiscount França alcançou 29,8%, enquanto na Cnova Brasil essa participação atingiu 12,8%. Em 30 de setembro de 2015, o número de vendedores ativos no marketplace aumentou em +97%, atingindo quase 10.500, enquanto o número de ofertas de produtos passou de 11,4 milhões para 26,0 milhões (+129%).

- O número de clientes ativos avançou +20,2% e o número de itens vendidos aumentou +16,0%.
- As vendas líquidas totalizaram 781 milhões de euros no terceiro trimestre de 2015, o que corresponde a um aumento de +9,1% a câmbio constante em relação ao terceiro trimestre de 2014. A variação é de -6,7% considerando-se o impacto negativo de -15,8% do câmbio.
 - As vendas líquidas do Cdiscount apresentaram um crescimento de +8,1% (dos quais +1,4% é proveniente das novas operações interacionais), mesmo com uma base de comparação elevada, e reflete parcialmente a ênfase em margem bruta durante o trimestre. As categorias de móveis e eletrodomésticos contribuíram para aproximadamente metade das vendas diretas e apresentaram um crescimento de dois dígitos. A comissão do marketplace cresceu +84% em relação ao ano passado.

As vendas líquidas das operações internacionais são provenientes principalmente das atividades na Colômbia, na Tailândia e no Vietnã.
 - As vendas líquidas da Cnova Brasil cresceram +9,8% (a câmbio constante). O desenvolvimento de todas as categorias para ampliar o portfólio e a orientação do mix de produtos para categorias com maior margem continuam em ritmo satisfatório. A comissão do marketplace cresceu +255%.
- O tráfego aumentou para 406 milhões de visitas ao longo do terceiro trimestre de 2015 (+27,5% vs. o mesmo período de 2014), das quais aproximadamente 75% é gratuito. A participação dos dispositivos móveis no tráfego cresceu 1.280 pontos base para 40,2%.
- Continuação do roll-out de pontos de entrega Click-&-Collect (“C&C”) em todos os mercados:
 - O número de pontos de C&C ultrapassou 19.500 na França, dos quais mais de 500 pontos são para produtos pesados (com mais de 30 kg)
 - A Cnova Brasil continua aumentando o número de pontos de C&C (mais de 1.250 pontos), com uma taxa de adesão no estado de São Paulo de 15% para o site Extra.com.br.



Desempenho Operacional

Consolidado Pro Forma (*)

(R\$ milhões)	3T15	3T14	Δ	9M15	9M14	Δ
Receita Bruta ⁽¹⁾	14.189	14.905	-4,8%	44.476	45.481	-2,2%
Receita Líquida ⁽¹⁾	12.929	13.532	-4,5%	40.475	41.153	-1,6%
Lucro Bruto	3.469	3.796	-8,6%	10.933	11.231	-2,7%
Margem Bruta	26,8%	28,1%	-1,3 p.p.	27,0%	27,3%	-0,3 p.p.
Despesas com Vendas	(2.475)	(2.381)	3,9%	(7.559)	(7.133)	6,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(311)	(314)	-1,1%	(927)	(910)	1,9%
Resultado da Equiv. Patrimonial	22	28	-23,0%	84	78	8,2%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(200)	(30)	578,1%	(268)	(122)	119,9%
Despesas Operacionais Totais	(2.965)	(2.697)	9,9%	(8.671)	(8.087)	7,2%
% da Receita Líquida	22,9%	19,9%	3,0 p.p.	21,4%	19,7%	1,7 p.p.
Depreciação (Logística)	27	23	17,5%	84	67	24,1%
EBITDA	532	1.122	-52,6%	2.346	3.211	-26,9%
Margem EBITDA	4,1%	8,3%	-4,2 p.p.	5,8%	7,8%	-2,0 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	732	1.152	-36,5%	2.614	3.333	-21,6%
Margem EBITDA Ajustada	5,7%	8,5%	-2,8 p.p.	6,5%	8,1%	-1,6 p.p.

(1) Inclui a receita proveniente do aluguel de galerias comerciais; (2) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.

(*) As operações internacionais da Cnova começaram a ser consolidadas no GPA a partir de agosto de 2014, portanto no resultado do 3T15 estão refletidos 3 meses destas operações e no 3T14 estão considerados apenas 2 meses. Para melhor comparabilidade entre os períodos, a tabela acima e os comentários a seguir refletem o resultado do 3T15, 3T14, 9M15 e 9M14 sem considerar o resultado consolidado da Cnova (Cnova Brasil e operações internacionais).

A margem bruta atingiu 26,8% no trimestre, redução em relação ao 3T14, como reflexo da menor contribuição da Via Varejo no lucro bruto da Companhia.

O crescimento das despesas com vendas, gerais e administrativas de 3,4%, significativamente inferior à inflação no período, reflete os esforços da Companhia em otimização das despesas tanto no segmento Alimentar quanto na Via Varejo. As despesas do trimestre foram impactadas pelas despesas relacionadas à expansão orgânica, com abertura de 210 novas lojas nos últimos 12 meses.

O EBITDA ajustado pelas outras despesas e receitas operacionais totalizou R\$ 732 milhões, com margem de 5,7%, impactada pela retração do consumo que afetou principalmente a Via Varejo.

Multivarejo

(R\$ milhões)	3T15	3T14	Δ	9M15	9M14	Δ
Receita Bruta ⁽¹⁾	6.794	6.675	1,8%	20.991	20.671	1,5%
Receita Líquida ⁽¹⁾	6.287	6.156	2,1%	19.400	19.048	1,8%
Lucro Bruto	1.758	1.767	-0,5%	5.385	5.283	1,9%
Margem Bruta	28,0%	28,7%	-0,7 p.p.	27,8%	27,7%	0,1 p.p.
Despesas com Vendas	(1.190)	(1.098)	8,3%	(3.635)	(3.304)	10,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(161)	(163)	-1,2%	(469)	(467)	0,5%
Resultado da Equiv. Patrimonial	16	20	-20,9%	61	55	11,4%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(80)	(15)	446,3%	(184)	(106)	72,5%
Despesas Operacionais Totais	(1.415)	(1.256)	12,7%	(4.227)	(3.822)	10,6%
% da Receita Líquida	22,5%	20,4%	2,1 p.p.	21,8%	20,1%	1,7 p.p.
Depreciação (Logística)	12	12	1,9%	38	34	10,5%
EBITDA	354	522	-32,2%	1.196	1.495	-20,0%
Margem EBITDA	5,6%	8,5%	-2,9 p.p.	6,2%	7,9%	-1,7 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	434	537	-19,1%	1.380	1.602	-13,9%
Margem EBITDA Ajustada	6,9%	8,7%	-1,8 p.p.	7,1%	8,4%	-1,3 p.p.

(1) Inclui a receita proveniente do aluguel de galerias comerciais; (2) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias

Ao longo do ano, o ambiente macroeconômico tem afetado de forma significativa o consumo das famílias, porém o Multivarejo tem demonstrado resiliência e segue apresentando patamares de margens praticamente estáveis desde o início do ano.

A margem bruta alcançou 28,0%, nível similar ao apresentado ao longo do 1º semestre do ano, principalmente como resultado da continuidade dos esforços em competitividade de preços, com maior ênfase na bandeira Extra. Nos 9M15, a margem bruta alcançou patamar ligeiramente superior em relação aos 9M14 (+0,1 ponto percentual), mesmo com um cenário de consumo mais cauteloso.

Diferentemente dos períodos anteriores, em que as despesas com vendas, gerais e administrativas cresceram ao redor de 10%, no 3T15 o crescimento foi de 7,1%, abaixo da inflação do período, como reflexo das iniciativas que vem sendo implementadas desde o final do 2T15 para adequar o nível de despesas da Companhia, com destaque para renegociação de aluguéis e otimização dos gastos com publicidade. Além disso, as melhorias operacionais nas lojas, revisão de processos e eficiências logísticas possibilitaram a otimização do quadro de funcionários sem impacto no nível de serviço das lojas.

No trimestre o EBITDA ajustado alcançou R\$ 434 milhões, com margem de 6,9%, similar à margem do 1º semestre do ano, o que demonstra uma importante estabilidade do Multivarejo mesmo diante da deterioração do cenário macroeconômico ao longo do ano. A diferença da margem EBITDA entre o 3T15 e o 3T14 está relacionada principalmente à pressão nas despesas decorrente do aumento da inflação e maiores gastos com energia elétrica. Assim como no trimestre anterior, as outras despesas e receitas operacionais referem-se principalmente à reestruturação e baixa de ativos imobilizados.

Assaí

(R\$ milhões)	3T15	3T14	Δ	9M15	9M14	Δ
Receita Bruta	2.779	2.266	22,7%	7.922	6.336	25,0%
Receita Líquida	2.564	2.097	22,3%	7.321	5.874	24,6%
Lucro Bruto	368	291	26,4%	1.019	804	26,8%
Margem Bruta	14,4%	13,9%	0,5 p.p.	13,9%	13,7%	0,2 p.p.
Despesas com Vendas	(235)	(194)	20,9%	(686)	(549)	25,0%
Despesas Gerais e Administrativas	(32)	(27)	20,3%	(88)	(67)	31,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(1)	(0)	631,2%	2	(0)	n.a.
Despesas Operacionais Totais	(269)	(222)	21,3%	(771)	(616)	25,2%
% da Receita Líquida	10,5%	10,6%	-0,1 p.p.	10,5%	10,5%	0,0 p.p.
Depreciação (Logística)	1	1	42,4%	3	2	90,3%
EBITDA	101	71	42,5%	251	190	32,4%
Margem EBITDA	3,9%	3,4%	0,5 p.p.	3,4%	3,2%	0,2 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	102	71	44,1%	249	190	31,0%
Margem EBITDA Ajustada	4,0%	3,4%	0,6 p.p.	3,4%	3,2%	0,2 p.p.

(1) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias

O Assaí continuou a apresentar sólido crescimento de receita líquida de 22,3% no trimestre, totalizando R\$ 2,564 bilhões, reflexo da combinação do desempenho de vendas 'mesmas lojas' de dois dígitos, além da contínua expansão orgânica. A aceleração no fluxo de clientes foi um dos destaques do período como consequência da maior preocupação com preços por parte dos consumidores. Nos últimos 12 meses foram abertas 8 lojas, e está prevista a abertura de 10-12 novas lojas em 2015.

Em termos de eficiência operacional, importante destacar o crescimento de 44,1% do EBITDA ajustado, superior à evolução das vendas do período, o que demonstra a consistência e solidez do formato. A margem EBITDA alcançou 4,0%, com expansão de 0,6 ponto percentual. Esse expressivo desempenho do EBITDA ocorreu em função do ganho de margem bruta, que atingiu 14,4% como resultado da maturação das lojas abertas nos últimos 12 meses, assim como da redução das despesas com vendas, gerais e administrativas como % da receita líquida, que passaram de 10,6% no 3T14 para 10,4% no 3T15, mesmo diante das pressões nas despesas relacionadas à inflação, maiores custos com energia elétrica e despesas com expansão de lojas (foram abertas 8 lojas nos últimos 12 meses).

Nos 9M15, o EBITDA ajustado totalizou R\$ 249 milhões, crescimento de 31,0%, com margem de 3,4%, superior em 0,2 ponto percentual em relação aos 9M14.

Importante destacar que a geração de caixa dos últimos 12 meses já permite que a unidade de negócio financie seu forte crescimento orgânico.

Via Varejo ⁽¹⁾

(R\$ milhões)	3T15	3T14	Δ	9M15	9M14	Δ
Receita Bruta	4.615	5.964	-22,6%	15.563	18.474	-15,8%
Receita Líquida	4.077	5.280	-22,8%	13.755	16.230	-15,3%
Lucro Bruto	1.343	1.738	-22,7%	4.528	5.143	-12,0%
Margem Bruta	32,9%	32,9%	0,0 p.p.	32,9%	31,7%	1,2 p.p.
Despesas com Vendas	(1.050)	(1.089)	-3,5%	(3.238)	(3.280)	-1,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(117)	(124)	-5,6%	(370)	(376)	-1,7%
Resultado da Equiv. Patrimonial	6	8	-27,9%	23	23	0,4%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(119)	(15)	709,0%	(87)	(15)	471,5%
Despesas Operacionais Totais	(1.280)	(1.219)	5,0%	(3.672)	(3.649)	0,6%
% da Receita Líquida	31,4%	23,1%	8,3 p.p.	26,7%	22,5%	4,2 p.p.
Depreciação (Logística)	15	11	31,9%	42	31	35,3%
EBITDA	77	529	-85,5%	898	1.526	-41,1%
Margem EBITDA	1,9%	10,0%	-8,1 p.p.	6,5%	9,4%	-2,9 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	196	544	-64,0%	985	1.541	-36,1%
Margem EBITDA Ajustada	4,8%	10,3%	-5,5 p.p.	7,2%	9,5%	-2,3 p.p.

(1) Alguns números apresentados neste release diferem dos apresentados no release da Via Varejo devido a efeitos de transações intragrupo; (2) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.

Apesar de um cenário de forte retração do consumo, a margem bruta permaneceu estável em relação ao 3T14, como resultado dos seguintes fatores: i) redução da margem de mercadoria em 1,5 p.p., ajustando o nível de competitividade da empresa; ii) aumento na penetração de serviços sobre venda de mercadoria, devido ao foco no treinamento dos vendedores, política de pricing e campanhas de vendas específicas; iii) maturação das novas receitas de frete e montagem; e iv) outros ganhos, como sinergias logísticas e comerciais com empresas do grupo.

Durante o trimestre, a Companhia intensificou a implementação das medidas de redução de custos iniciadas no 2T15, a fim de adequar a estrutura de custos para o atual patamar de vendas e mitigar a pressão inflacionária com menor diluição de despesas fixas, com destaque para:

- Adequação do Headcount, com redução de aproximadamente 6 mil posições no 3T15 e aproximadamente 11 mil posições no acumulado do ano;
- Fechamento de 31 lojas no trimestre com altos custos operacionais e margem de contribuição negativa, totalizando 36 fechamentos no ano (excluindo fechamentos relacionados ao CADE)
- No ano, foram fechados 1 centro de distribuição e 5 entrepostos para otimização da malha logística;
- Renegociação de aproximadamente 40% do total de contratos de aluguel de lojas.

As outras despesas e receitas operacionais totalizaram R\$ 119 milhões no trimestre referentes a despesas com reestruturação.

Vale ressaltar que as economias com as iniciativas de redução de custo ainda não foram integralmente capturadas durante o 3T15.

O EBITDA ajustado foi de R\$ 196 milhões no trimestre, com margem de 4,8%.



Os comentários abaixo são parte integrante do release de resultados da Cnova publicado em 28 de Outubro de 2015. Os valores estão expressados em Euros, que é a moeda de apresentação desta entidade, e referem-se aos resultados consolidados da Cnova N.V em bases comparáveis (as operações internacionais da Cnova estão refletidas integralmente no 3T14). Portanto, diferem dos resultados consolidados no GPA para o 3T14, que refletem a consolidação da Cdiscount na Cnova apenas para os meses de Agosto e Setembro.

Cnova

Destaques (€ milhões)	30 set. 2015 ²	30 set. 2014 ²
3º trimestre :		
GMV (<i>Gross Merchandise Value</i>)	1.121	1.094
Vendas líquidas	781	837
Lucro bruto	97	113
<i>Margem bruta</i>	12,5 %	13,5 %
<i>Margem bruta (like-for-like*)</i>	12,6%	13,6%
Despesas com Vendas, Gerais e Administrativas (SG&A)	(119)	(113)
Lucro operacional antes de outras despesas (EBIT operacional)	(22)	0
<i>Dos quais, França</i>	1	(4)
<i>Brasil</i>	(14)	6
<i>Internacional**</i>	(6)	(1)
Lucro (prejuízo) líquido do período	(36,6)	(15,3)
Resultado líquido por ação ajustado (LPA ajustado) ¹	(0,06)	(0,03)
Últimos 12 meses :		
Caixa líquido das atividades operacionais continuadas	109	132
<i>Do qual Variação do capital de giro</i>	137	86
Capex	(85)	(65)
Fluxo de caixa livre	23	67

* em bases comparáveis: excluindo-se o impacto da expansão internacional da França e do Brasil
 ** Colômbia, Tailândia, Vietnã, Costa do Marfim, Senegal e Camarões

(1) Medida não GAAP. (2) As atividades do Panamá, do Equador, do MonCornerKids e do MonCornerJardin foram descontinuadas em 1o de julho de 2015. Não há impacto dessas operações em 2014 visto que não existiam nesse período. O MonShowRoom foi reclassificado como atividade descontinuada (IRFS 5) em 1o de janeiro de 2014.

O **lucro bruto** foi resiliente e totalizou € 97 milhões, representando uma margem bruta de 12,5% (12,6% considerando base comparável, ou seja, excluindo o impacto da expansão internacional fora da França e do Brasil).

- O lucro bruto do Cdiscount França cresceu mais de 20%, enquanto a margem bruta aumentou em 186 pontos base, graças às crescentes ofertas do marketplace e a uma menor atividade promocional durante o trimestre de 2015.
- Na Cnova Brasil, a acentuada desaceleração no consumo somada a um ambiente de precificação agressivo suplantou o impacto positivo da expansão do marketplace. Consequentemente, a margem bruta recuou 352 pontos base.

As despesas **SG&A** (vendas, gerais e administrativas) aumentaram, totalizando € 119 milhões (15,2% das vendas líquidas vs 13,4% das vendas líquidas no terceiro trimestre de 2014). A maior parte desse aumento (€ 6 milhões) está relacionado aos novos custos associados às operações internacionais. Considerando base comparável like-for-like, as despesas SG&A aumentaram 1,0%, incluindo o aumento das despesas com



marketing, além de investimentos mais altos em TI para atualizações de de plataformas, em particular para dispositivos móveis.

Assim, o **EBIT operacional** totalizou € (22) milhões, incluindo +€ 1 milhão no Cdiscount França e € (14) milhões na Cnova Brasil. Considerando outras despesas no valor de € 7 milhões (principalmente custos de reestruturação gerados pelo encerramento de operações no Panamá, no Equador e dos sites MonCornerKids.com e MonCornerJardin.com e por perdas com ativos obsoletos de plataformas de TI), o trimestre registrou um **lucro operacional total** de € (29) milhões.

O **resultado financeiro líquido** foi de € 17 milhões, estável (-1,1%). No Brasil, o aumento na taxa Selic, registrado nesse período, foi parcialmente compensado pela redução do número médio de parcelas da Cnova Brasil (média de 7,2 parcelas no 3T15, comparado a 7,8 no 3T14).

O **prejuízo líquido** incluindo operações descontinuadas totalizou € (37) milhões, com EPS ajustado de € (0,06).

Gestão de Caixa

Considerando os últimos 12 meses:

Em 30 de setembro de 2015, o caixa líquido gerado por atividades operacionais em continuidade totalizava € 109 milhões (ante € 132 milhões no mesmo período, em setembro de 2014), com variação positiva do capital de giro operacional de +€ 137 milhões (+€ 86 milhões em 2014).

O capex (aquisição de bens do ativo imobilizado e intangível) aumentou em € 20 milhões, totalizando € 85 milhões, ou seja, 2,4% das vendas líquidas em 30 de setembro de 2015. Esse aumento deveu-se principalmente a melhorias nas plataformas de TI e tecnologias móveis. O capex do terceiro trimestre de 2015 foi menor que o mesmo período do ano passado, um resultado da maior ênfase dada à manutenção do caixa no ambiente atual.

Com isso, o fluxo de caixa livre se manteve positivo em € 23 milhões.

Plano de ação Brasil:

Em meio à nova condição do mercado brasileiro, a Cnova está desenvolvendo um plano de ação em três principais temas:

- Política de promoções: otimização do equilíbrio entre vendas e margens
- Expansão da oferta de produtos: aumento das categorias de maior margem
- Logística: otimização de custos (ex: fechamento do CD de Aldeia), aumento da produtividade e redução de rupturas de estoques

Perspectiva

No curto prazo, a visibilidade em relação ao Brasil é extremamente baixa, e não há expectativa de melhora até o final do ano. Por conseguinte, a empresa não divulga sua perspectiva de crescimento no 4º trimestre de 2015. A Cnova continua focada na gestão de suas operações e está concentrando seus esforços na busca do melhor equilíbrio entre crescimento e rentabilidade, ao mesmo tempo maximizando a geração de fluxo de caixa livre.

Resultado Financeiro

Consolidado

(R\$ milhões)	3T15	3T14	Δ	9M15	9M14	Δ
Receitas Financeiras	185	159	17,0%	637	491	29,6%
Despesas Financeiras	(530)	(536)	-1,2%	(1.676)	(1.569)	6,8%
Custo da Venda de Recebíveis de Cartão	(109)	(171)	-35,8%	(428)	(536)	-20,0%
Custo do Desconto de Recebíveis de Carnê	(79)	(87)	-9,1%	(246)	(251)	-2,0%
Custo da Dívida e Outros	(341)	(279)	22,5%	(1.002)	(783)	27,9%
Resultado Financeiro Líquido	(344)	(378)	-8,8%	(1.039)	(1.078)	-3,6%
% da Receita Líquida	2,1%	2,4%	-0,3 p.p.	2,1%	2,3%	-0,2 p.p.

O resultado financeiro apresentou redução de 8,8% no trimestre, totalizando R\$ 344 milhões, apesar do aumento de 29,2% da taxa de juros no trimestre (medida pelo CDI médio).

As principais variações no resultado financeiro foram:

- Aumento das receitas financeiras de R\$ 26 milhões ou 17%, abaixo do crescimento do CDI, devido à menor posição de caixa médio no trimestre;
- Redução de R\$ 70 milhões no custo da venda de recebíveis de cartão e desconto de recebíveis de carnê, como resultado:
 - (i) da estratégia de *cash management* adotada pela Companhia que acarretou na redução da frequência de antecipação de recebíveis de cartão e conseqüentemente do volume descontado e;
 - (ii) do impacto da redução do patamar de vendas da Via Varejo no volume total de recebíveis;
- Aumento de R\$ 62 milhões no custo da dívida e outros, inferior ao crescimento do CDI no período.

A relação entre o resultado financeiro líquido e a receita líquida passou de 2,4% no 3T14 para 2,1% no 3T15.

Lucro Líquido

Consolidado

(R\$ milhões)	3T15	3T14	Δ	9M15	9M14	Δ
EBITDA	445	1.167	-61,9%	2.058	3.307	-37,8%
Depreciação (Logística)	(34)	(26)	30,6%	(102)	(77)	32,9%
Depreciação e Amortização	(245)	(207)	18,5%	(716)	(589)	21,5%
Resultado Financeiro	(344)	(378)	-8,8%	(1.039)	(1.078)	-3,6%
Lucro (Prejuízo) Operacional antes de IR	(178)	557	n.a.	201	1.563	-87,2%
Imposto de Renda	57	(166)	n.a.	(100)	(476)	-79,0%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia	(122)	391	n.a.	101	1.087	-90,7%
Margem Líquida	-0,8%	2,5%	-3,3 p.p.	0,2%	2,4%	-2,2 p.p.
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores	(7)	277	n.a.	245	785	-68,7%
Margem Líquida - Acionista Controladores	0,0%	1,8%	-1,8 p.p.	0,5%	1,7%	-1,2 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(232)	(18)	1199,3%	(385)	(110)	248,7%
IR sobre Outras Despesas e Receitas Operacionais e IR Não Recorrente	62	12	414,3%	82	32	159,3%
Lucro Líquido Companhia Ajustado ⁽¹⁾	49	396	-87,7%	403	1.166	-65,4%
Margem Líquida Ajustada - Companhia	0,3%	2,5%	-2,2 p.p.	0,8%	2,5%	-1,7 p.p.
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores Ajustado ⁽¹⁾	99	283	-64,9%	448	857	-47,8%
Margem Líquida Ajustada - Acionistas Controladores	0,6%	1,8%	-1,2 p.p.	0,9%	1,9%	-1,0 p.p.

(1) Lucro líquido ajustado pela linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias

As operações internacionais da Cnova começaram a ser consolidadas no GPA a partir de agosto de 2014, portanto, para efeito de comparação, importante destacar que o resultado destas operações não estavam refletidas integralmente no 3T14. O lucro líquido da Companhia em bases comparáveis, ou seja, sem considerar o resultado consolidado da Cnova (Cnova Brasil e Operações Internacionais) no 3T15 e 3T14, totalizou R\$ 32 milhões, com margem líquida de 0,2%.

O trimestre foi afetado principalmente pelos seguintes motivos:

- Resultado da Via Varejo, que vem sendo negativamente impactado pela retração no consumo de bens duráveis;
- Outras receitas e despesas operacionais relacionadas principalmente a despesas com reestruturação (ajustes na estrutura da Companhia e fechamento de lojas).

O lucro líquido da Companhia sem considerar as outras despesas e receitas operacionais, mencionadas acima, alcançou R\$ 49 milhões, enquanto o lucro líquido dos acionistas controladores totalizou R\$ 99 milhões.

Endividamento

Consolidado

(R\$ milhões)	30.09.2015	30.09.2014
Dívida de Curto Prazo	(2.093)	(2.999)
Empréstimos e Financiamentos	(817)	(1.149)
Debêntures	(1.276)	(1.850)
Dívida de Longo Prazo	(4.267)	(3.817)
Empréstimos e Financiamentos	(3.370)	(1.719)
Debêntures	(897)	(2.097)
Total da Dívida Bruta	(6.360)	(6.815)
Caixa e Aplicações Financeiras	5.414	6.601
Dívida Líquida	(946)	(214)
EBITDA ⁽¹⁾	3.680	4.615
Dívida Líquida / EBITDA ⁽¹⁾	-0,26x	-0,05x
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI) - curto prazo	(2.153)	(2.627)
Carnês - Financiamento ao Consumidor (CDCI) - longo prazo	(122)	(120)
Dívida Líquida incluindo CDCI	(3.221)	(2.961)
Dívida Líquida incluindo CDCI / EBITDA ⁽¹⁾	-0,88x	-0,64x
Carteira de Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados	1.230	317
Dívida Líquida incluindo CDCI e Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados ⁽²⁾	(1.991)	(2.644)
Dívida Líquida incluindo CDCI e Recebíveis de Cartão de Crédito não antecipados ⁽²⁾ / EBITDA ⁽¹⁾	-0,54x	-0,57x

(1) EBITDA acumulado dos últimos 12 meses.

(2) Inclui R\$ 1.230 milhões de recebíveis de cartão de crédito não vendidos no trimestre, para efeito de comparação com o 3T14.

A Companhia encerrou o 3T15 com um menor nível de alavancagem em relação ao mesmo período do ano anterior e uma significativa posição de caixa e aplicações financeiras, o que demonstra a solidez financeira do Grupo.

A reserva de caixa e aplicações financeiras totalizou R\$ 5,4 bilhões, além do saldo de cerca de R\$ 1,2 bilhão de recebíveis não antecipados.

A relação dívida líquida/EBITDA reduziu de 0,57x no 3T14 para 0,54x no 3T15 como resultado da redução de R\$ 653 milhões na dívida líquida incluindo a operação de carnês e também os recebíveis de cartões não antecipados.

O alongamento do prazo da dívida, incluindo a operação de carnês, foi superior em 165 dias se comparado a 30 de setembro de 2014.

A Companhia teve os seus ratings reafirmados pela Standard & Poor's (brAA+ perspectiva positiva) em setembro de 2015 e pela Fitch (brAA+ perspectiva estável) em outubro de 2015.



Fluxo de caixa simplificado

Consolidado

(R\$ milhões)	3T15	3T14	9M15	9M14
Caixa no início do período	6.811	5.356	11.149	8.367
Fluxo de caixa das atividades operacionais	(808)	769	(3.268)	48
EBITDA	445	1.167	2.058	3.307
Custo da antecipação de recebíveis	(188)	(256)	(674)	(786)
Capital de giro	(1.337)	(381)	(3.816)	(2.435)
Var. outros ativos e passivos	272	239	(836)	(38)
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	(443)	(308)	(1.388)	(869)
Investimento líquido	(487)	(512)	(1.439)	(1.073)
Aquisições e outros	44	204	51	204
Variação de caixa após investimentos	(1.251)	461	(4.656)	(821)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento	(316)	785	(1.252)	(945)
Dividendos e outros	(39)	(36)	(397)	(222)
Pagamentos líquidos	(277)	821	(855)	(723)
Variação de caixa no período	(1.568)	1.245	(5.908)	(1.766)
Variação cambial	171	-	173	-
Caixa no final do período	5.414	6.601	5.414	6.601
Dívida líquida	(946)	(214)	(946)	(214)

O caixa da Companhia totalizou R\$ 5,4 bilhões ao final do 3T15. A variação em relação ao mesmo período do ano anterior ocorreu devido a estratégia de *cash management*, houve uma menor venda de recebíveis no trimestre. Como consequência, o nível de contas a receber aumentou em 8 dias⁽¹⁾ do 3T14 para o 3T15 e afetou negativamente o capital de giro em R\$ 1,2 bilhão.

A Companhia continuou a demonstrar durante o ano importante capacidade financeira com a liberação de cerca de R\$ 180 milhões⁽²⁾ de caixa no trimestre contra o ano anterior, mesmo em um ambiente macroeconômico mais desafiador.

(1) Em dias CMV.

(2) Para efeito de comparação, inclui os recebíveis de cartão de crédito não vendidos no capital de giro em um montante de R\$ 1.230 milhões no 3T15 e R\$ 317 milhões no 3T14.



Investimentos (Capex)

(R\$ milhões)	Consolidado						Alimentar			Via Varejo		
	3T15	3T14	Δ	9M15	9M14	Δ	3T15	3T14	Δ	3T15	3T14	Δ
Novas Lojas e Aquisição de Terrenos	158	132	19,0%	416	354	17,6%	140	104	35,0%	17	29	-39,7%
Reformas e Conversões de Lojas	155	88	76,1%	448	218	105,2%	137	53	158,8%	18	36	-49,4%
Infraestrutura e Outros	187	297	-37,0%	626	539	16,2%	89	177	-49,7%	34	79	-57,0%
Efeitos não caixa												
Financiamento de Imobilizado	10	15	-32,5%	6	9	-33,4%	10	15	-32,5%	-	-	n.a.
Total	510	532	-4,3%	1.496	1.120	33,6%	376	349	7,9%	69	144	-51,7%

Os investimentos do Grupo no trimestre totalizaram R\$ 510 milhões, sendo 74% do investimento no segmento Alimentar e 14% na Via Varejo.

No segmento Alimentar, em linha com a estratégia de crescimento orgânico, foram inauguradas 18 novas lojas no trimestre, sendo 7 Minimercado Extra, 6 Minuto Pão de Açúcar, 4 Pão de Açúcar e 1 Assaí. Além da continuidade do plano de reformas das lojas Extra (até o momento foram modernizadas 52 lojas, sendo 28 Hipers e 24 supermercados), também foram reformadas lojas da bandeira Pão de Açúcar e Assaí.

Na Via Varejo, as iniciativas do projeto 'Crescer Mais' foram intensificadas neste cenário de forte retração do consumo: i) renovação da categoria de móveis em 56 lojas; ii) renovação da categoria de telefonia em 100 lojas; iii) fortalecimento da bandeira Ponto Frio através das melhorias operacionais e serviços financeiros, e conversão de 36 lojas com posicionamento mais adequado à Casas Bahia até o momento. Vale destacar a abertura de outras 5 lojas da bandeira Casas Bahia.

Para o ano de 2015, a Companhia tem como objetivo abrir 70 lojas de Proximidade, 10 a 12 lojas do Assaí e 5 lojas do Pão de Açúcar. Além disso, pretende manter o ritmo de suas reformas no segmento Alimentar para o ano e reforçar as iniciativas do projeto 'Crescer Mais' para a Via Varejo.



Dividendos

Dividendos 3T15

Em reunião do Conselho de Administração realizada em 29 de outubro de 2015 foi aprovado o pagamento de dividendos intermediários com base nos lucros apurados em balanço levantado em 30 de setembro de 2015, no montante de R\$ 38,5 milhões, correspondente a R\$ 0,15 por ação preferencial e R\$ 0,136365 por ação ordinária.

Terão direito aos dividendos todas as ações em circulação na data-base de 30 de outubro de 2015. A partir do dia 03 de novembro de 2015, as ações serão negociadas sem direito aos dividendos ("ex-dividendos"). O pagamento dos dividendos será realizado no dia 11 de novembro de 2015.



Anexo I - Definições usadas nesse documento

Negócios da Companhia: Os negócios da Companhia estão divididos em quatro segmentos - Varejo, Atacado de Autosserviço, Eletro (comercialização de eletroeletrônicos nas lojas físicas) e Comércio eletrônico - agrupados conforme abaixo:

Alimentar			Não Alimentar	
Varejo 	Supermercados	 	Lojas Físicas 	
	Hipermercados			
	Proximidade	 		
	Postos e Diogenes	 		
	GPA Mais			
	Atacado de Autosserviço			
				
				

Vendas ‘mesmas lojas’: A base para o cálculo de vendas “mesmas lojas” é definido pelas vendas realizadas em lojas abertas ao menos por 12 meses consecutivos. Aquisições não são incluídas na base mesmas lojas nos 12 primeiros meses de operação.

Crescimento e variações: Os crescimentos e variações apresentados nesse documento referem-se a variação comparada ao mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado no texto.

EBITDA: O cálculo do EBITDA é realizado em conformidade com a Instrução nº 527 da Comissão de Valores Mobiliários, de 04/10/12.

EBITDA ajustado: Medida de rentabilidade calculada pelo EBITDA excluídas as Outras Despesas e Receitas Operacionais. A Administração utiliza a medida em suas análises por entender que, dessa maneira, despesas e receitas excepcionais e outros lançamentos extraordinários que podem comprometer a comparabilidade e análise dos resultados são eliminados.

Lucro líquido ajustado: Medida de rentabilidade calculada pelo lucro líquido excluídas as Outras Despesas e Receitas Operacionais, descontados os efeitos em Imposto de Renda e Contribuição Social. Estão também excluídos os efeitos de imposto de renda diretos não recorrentes. A Administração utiliza esta métrica em suas análises por entender que, dessa maneira, as despesas e receitas excepcionais e outros lançamentos extraordinários, que podem comprometer a comparabilidade e análise dos resultados, são eliminados.

BALANÇO PATRIMONIAL
ATIVO

(R\$ milhões)	Consolidado			Alimentar		
	30.09.2015	30.06.2015	30.09.2014	30.09.2015	30.06.2015	30.09.2014
Ativo Circulante	19.744	19.482	18.329	7.497	7.041	6.998
Caixas e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	5.414	6.811	6.601	2.667	2.408	2.884
Contas a Receber	3.776	2.662	2.931	179	151	147
Cartões de Créditos	1.230	172	317	57	39	47
Carnês - Financiamento ao Consumidor	1.834	1.987	2.208	-	-	-
Tickets e Outros	874	692	571	108	104	85
Provisão para Devedores Duvidosos	(370)	(331)	(325)	(1)	(1)	(1)
Provenientes de Acordos Comerciais	208	142	160	15	9	15
Estoques	8.663	8.250	7.455	4.032	3.852	3.569
Tributos a Recuperar	1.106	991	750	244	213	146
Ativos Disponíveis para Venda	15	22	22	8	8	8
Dividendos a receber	-	27	-	-	19	-
Despesas Antecipadas e Outras Contas a Receber	770	719	570	367	390	245
Ativo Não Circulante	22.713	22.155	20.899	15.877	15.624	15.663
Realizável a Longo Prazo	5.368	5.048	4.690	2.146	2.057	2.531
Contas a Receber	89	78	96	-	-	-
Carnês - Financiamento ao Consumidor	99	87	105	-	-	-
Provisão para Devedores Duvidosos	(10)	(9)	(9)	-	-	-
Estoques	-	-	172	-	-	172
Impostos a Recuperar	2.664	2.507	1.663	608	555	386
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	568	500	861	79	84	339
Partes Relacionadas	358	357	264	218	195	445
Depósitos para Recursos Judiciais	1.023	945	912	593	578	522
Despesas Antecipadas e Outros	667	661	723	648	644	667
Investimentos	504	482	393	329	313	339
Imobilizado	10.192	10.023	9.396	8.634	8.482	8.028
Intangível	6.649	6.602	6.419	4.768	4.771	4.766
TOTAL DO ATIVO	42.458	41.637	39.228	23.374	22.665	22.661

PASSIVO

	Consolidado			Alimentar		
	30.09.2015	30.06.2015	30.09.2014	30.09.2015	30.06.2015	30.09.2014
Passivo Circulante	20.110	19.213	17.285	7.282	6.812	6.455
Fornecedores	10.737	10.231	8.261	3.822	3.662	2.910
Empréstimos e Financiamentos	817	781	1.149	424	418	1.052
CDCI	2.153	2.311	2.627	-	-	-
Debêntures	1.276	1.681	1.850	1.276	1.260	1.031
Salário e Encargos Sociais	914	805	1.010	505	432	500
Impostos e Contribuições a Recolher	768	684	733	198	166	222
Dividendos Propostos	1	1	1	1	1	1
Financiamento Compra de Imóveis	64	72	31	64	72	31
Aluguéis a Pagar	103	92	65	69	69	65
Aquisição de Participação de Acionistas Não Controladores	71	77	72	70	77	72
Partes Relacionadas	1.647	1.286	318	277	316	363
Propaganda	62	78	63	32	34	24
Provisão para Reestruturação	8	8	3	7	6	3
Receitas Antecipadas	306	311	139	104	119	34
Outros	1.181	795	964	432	180	148
Passivo Não Circulante	8.274	7.767	8.143	6.442	5.997	6.533
Empréstimos e Financiamentos	3.370	2.854	1.719	2.961	2.431	1.550
CDCI	122	99	120	-	-	-
Debêntures	897	897	2.097	897	897	2.097
Financiamento Compras de Ativos	4	4	8	4	4	8
Aquisição de Participação de Acionistas Não Controladores	-	62	54	-	62	54
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.195	1.214	1.129	1.166	1.185	1.127
Impostos Parcelados	580	587	954	580	587	915
Provisão para Demandas Judiciais	1.395	1.310	1.153	769	760	580
Receitas Antecipadas	653	690	810	29	36	111
Outros	59	51	98	36	35	91
Patrimônio Líquido	14.074	14.657	13.801	9.650	9.857	9.673
Capital Social	6.806	6.805	6.789	4.842	4.708	5.062
Reservas de Capital	300	291	265	300	291	265
Reservas de Lucro	3.454	3.714	3.181	3.454	3.714	3.181
Ajuste de avaliação patrimonial	(93)	(11)	-	(93)	(11)	-
Participação de Acionistas não Controladores	3.605	3.858	3.566	1.146	1.154	1.165
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	42.458	41.637	39.228	23.374	22.665	22.661

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

	Consolidado			Alimentar			Multivarejo			Assaí			Via Varejo		
	3T15	3T14	Δ	3T15	3T14	Δ	3T15	3T14	Δ	3T15	3T14	Δ	3T15	3T14	Δ
R\$ - Milhões															
Receita Bruta ⁽¹⁾	17.856	17.356	2,9%	9.574	8.941	7,1%	6.794	6.675	1,8%	2.779	2.266	22,7%	4.615	5.964	-22,6%
Receita Líquida ⁽¹⁾	16.061	15.649	2,6%	8.852	8.253	7,3%	6.287	6.156	2,1%	2.564	2.097	22,3%	4.077	5.280	-22,8%
Custo das Mercadorias Vendidas	(12.269)	(11.608)	5,7%	(6.713)	(6.182)	8,6%	(4.518)	(4.377)	3,2%	(2.195)	(1.805)	21,6%	(2.720)	(3.531)	-23,0%
Depreciação (Logística)	(34)	(26)	30,6%	(13)	(12)	4,4%	(12)	(12)	1,9%	(1)	(1)	42,4%	(15)	(11)	31,9%
Lucro Bruto	3.758	4.015	-6,4%	2.126	2.058	3,3%	1.758	1.767	-0,5%	368	291	26,4%	1.343	1.738	-22,7%
Despesas com Vendas	(2.695)	(2.513)	7,2%	(1.425)	(1.293)	10,2%	(1.190)	(1.098)	8,3%	(235)	(194)	20,9%	(1.050)	(1.089)	-3,5%
Despesas Gerais e Administrativas	(442)	(370)	19,6%	(194)	(190)	1,8%	(161)	(163)	-1,2%	(32)	(27)	20,3%	(117)	(124)	-5,6%
Resultado da Equiv. Patrimonial	22	27	-18,4%	16	20	-20,9%	16	20	-20,9%	-	-	n.a.	6	8	-27,9%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(232)	(18)	1199,3%	(81)	(15)	448,6%	(80)	(15)	446,3%	(1)	(0)	631,2%	(119)	(15)	709,0%
Total das Despesas Operacionais	(3.347)	(2.874)	16,5%	(1.684)	(1.478)	14,0%	(1.415)	(1.256)	12,7%	(269)	(222)	21,3%	(1.280)	(1.219)	5,0%
Depreciação e Amortização	(245)	(207)	18,5%	(172)	(157)	9,2%	(147)	(138)	7,2%	(24)	(20)	23,0%	(45)	(35)	29,3%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	166	934	-82,3%	270	423	-36,2%	195	373	-47,7%	75	50	50,3%	17	483	-96,4%
Receitas Financeiras	185	159	17,0%	81	73	10,5%	71	69	2,7%	10	4	139,9%	90	99	-9,8%
Despesas Financeiras	(530)	(536)	-1,2%	(286)	(244)	17,0%	(257)	(225)	14,3%	(29)	(19)	47,8%	(158)	(247)	-35,9%
Resultado Financeiro Líquido	(344)	(378)	-8,8%	(205)	(171)	19,7%	(186)	(156)	19,4%	(19)	(15)	22,6%	(69)	(147)	-53,5%
Lucro Operacional Antes I.R.	(178)	557	n.a.	65	252	-74,1%	9	217	-95,9%	56	35	62,5%	(51)	336	n.a.
Imposto de Renda	57	(166)	n.a.	(21)	(67)	-69,1%	(2)	(55)	-96,9%	(19)	(12)	56,2%	39	(112)	n.a.
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia	(122)	391	n.a.	44	185	-75,9%	7	162	-95,6%	37	22	65,9%	(12)	224	n.a.
Participação de Acionistas Não Controladores	(115)	114	n.a.	(7)	(5)	35,3%	(7)	(5)	35,3%	-	-	n.a.	(7)	127	n.a.
Lucro (Prejuízo) Líquido dos Acionistas Controladores	(7)	277	n.a.	51	190	-72,9%	14	167	-91,5%	37	22	65,9%	(5)	97	n.a.
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	445	1.167	-61,9%	455	593	-23,3%	354	522	-32,2%	101	71	42,5%	77	529	-85,5%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	677	1.185	-42,9%	536	608	-11,8%	434	537	-19,1%	102	71	44,1%	196	544	-64,0%

% da Receita Líquida	Consolidado		Alimentar		Multivarejo		Assaí		Via Varejo	
	3T15	3T14	3T15	3T14	3T15	3T14	3T15	3T14	3T15	3T14
Lucro Bruto	23,4%	25,7%	24,0%	24,9%	28,0%	28,7%	14,4%	13,9%	32,9%	32,9%
Despesas com Vendas	16,8%	16,1%	16,1%	15,7%	18,9%	17,8%	9,2%	9,3%	25,8%	20,6%
Despesas Gerais e Administrativas	2,8%	2,4%	2,2%	2,3%	2,6%	2,7%	1,3%	1,3%	2,9%	2,4%
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	1,4%	0,1%	0,9%	0,2%	1,3%	0,2%	0,1%	0,0%	2,9%	0,3%
Total de despesas Operacionais	20,8%	18,4%	19,0%	17,9%	22,5%	20,4%	10,5%	10,6%	31,4%	23,1%
Depreciação e Amortização	1,5%	1,3%	1,9%	1,9%	2,3%	2,2%	1,0%	0,9%	1,1%	0,7%
EBIT	1,0%	6,0%	3,1%	5,1%	3,1%	6,1%	2,9%	2,4%	0,4%	9,2%
Resultado Financeiro Líquido	2,1%	2,4%	2,3%	2,1%	3,0%	2,5%	0,7%	0,7%	1,7%	2,8%
Lucro antes do I.R.	1,1%	3,6%	0,7%	3,1%	0,1%	3,5%	2,2%	1,7%	1,3%	6,4%
Imposto de Renda	0,4%	1,1%	0,2%	0,8%	0,0%	0,9%	0,7%	0,6%	1,0%	2,1%
Lucro Líquido Companhia	-0,8%	2,5%	0,5%	2,2%	0,1%	2,6%	1,5%	1,1%	-0,3%	4,3%
Partic. de acionistas não controladores	-0,7%	0,7%	-0,1%	-0,1%	-0,1%	-0,1%	0,0%	0,0%	-0,2%	2,4%
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores ⁽²⁾	0,0%	1,8%	0,6%	2,3%	0,2%	2,7%	1,5%	1,1%	-0,1%	1,8%
EBITDA	2,8%	7,5%	5,1%	7,2%	5,6%	8,5%	3,9%	3,4%	1,9%	10,0%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	4,2%	7,6%	6,1%	7,4%	6,9%	8,7%	4,0%	3,4%	4,8%	10,3%

(1) Inclui a receita proveniente do aluguel de galerias comerciais. Os períodos anteriores foram reclassificados para fins de comparabilidade.

(2) Lucro líquido após participação de acionistas não controladores.

(3) EBITDA ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

R\$ - Milhões	Consolidado			Alimentar			Multivarejo			Assaí			Via Varejo		
	9M15	9M14	Δ	9M15	9M14	Δ	9M15	9M14	Δ	9M15	9M14	Δ	9M15	9M14	Δ
Receita Bruta ⁽¹⁾	54.943	50.862	8,0%	28.913	27.007	7,1%	20.991	20.671	1,5%	7.922	6.336	25,0%	15.563	18.474	-15,8%
Receita Líquida ⁽¹⁾	49.405	45.860	7,7%	26.721	24.923	7,2%	19.400	19.048	1,8%	7.321	5.874	24,6%	13.755	16.230	-15,3%
Custo das Mercadorias Vendidas	(37.569)	(34.084)	10,2%	(20.275)	(18.799)	7,8%	(13.977)	(13.731)	1,8%	(6.298)	(5.069)	24,3%	(9.184)	(11.056)	-16,9%
Depreciação (Logística)	(102)	(77)	32,9%	(42)	(36)	14,5%	(38)	(34)	10,5%	(3)	(2)	90,3%	(42)	(31)	35,3%
Lucro Bruto	11.734	11.700	0,3%	6.404	6.087	5,2%	5.385	5.283	1,9%	1.019	804	26,8%	4.528	5.143	-12,0%
Despesas com Vendas	(8.180)	(7.396)	10,6%	(4.321)	(3.853)	12,2%	(3.635)	(3.304)	10,0%	(686)	(549)	25,0%	(3.238)	(3.280)	-1,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(1.297)	(1.039)	24,8%	(557)	(534)	4,4%	(469)	(467)	0,5%	(88)	(67)	31,1%	(370)	(376)	-1,7%
Resultado da Equiv. Patrimonial	84	76	10,4%	61	55	11,4%	61	55	11,4%	-	-	n.a.	23	23	0,4%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(385)	(110)	248,7%	(182)	(107)	69,9%	(184)	(106)	72,5%	2	(0)	n.a.	(87)	(15)	471,5%
Total das Despesas Operacionais	(9.778)	(8.469)	15,5%	(4.999)	(4.438)	12,6%	(4.227)	(3.822)	10,6%	(771)	(616)	25,2%	(3.672)	(3.649)	0,6%
Depreciação e Amortização	(716)	(589)	21,5%	(506)	(466)	8,7%	(435)	(409)	6,5%	(71)	(57)	24,2%	(132)	(103)	28,3%
EBIT - Lucro operac. antes do result. financeiro e impostos	1.240	2.641	-53,1%	900	1.183	-24,0%	723	1.052	-31,3%	177	131	35,1%	724	1.392	-48,0%
Receitas Financeiras	637	491	29,6%	297	255	16,5%	280	243	15,3%	18	13	40,6%	267	269	-0,7%
Despesas Financeiras	(1.676)	(1.569)	6,8%	(844)	(701)	20,5%	(768)	(647)	18,6%	(77)	(53)	44,1%	(611)	(743)	-17,7%
Resultado Financeiro Líquido	(1.039)	(1.078)	-3,6%	(547)	(445)	22,8%	(488)	(405)	20,5%	(59)	(41)	45,2%	(344)	(474)	-27,4%
Lucro Operacional Antes I.R.	201	1.563	-87,2%	353	738	-52,2%	235	647	-63,8%	118	90	30,6%	380	918	-58,6%
Imposto de Renda	(100)	(476)	-79,0%	(88)	(199)	-55,6%	(48)	(168)	-71,3%	(40)	(31)	28,4%	(102)	(310)	-67,0%
Lucro Líquido Companhia	101	1.087	-90,7%	264	539	-50,9%	187	480	-61,1%	78	59	31,7%	278	608	-54,3%
Participação de Acionistas Não Controladores	(145)	302	n.a.	(14)	(22)	-35,6%	(14)	(22)	-35,6%	-	-	n.a.	157	344	-54,3%
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores ⁽²⁾	245	785	-68,7%	278	561	-50,3%	201	502	-60,0%	78	59	31,7%	120	263	-54,3%
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	2.058	3.307	-37,8%	1.447	1.685	-14,1%	1.196	1.495	-20,0%	251	190	32,4%	898	1.526	-41,1%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	2.443	3.418	-28,5%	1.629	1.792	-9,1%	1.380	1.602	-13,9%	249	190	31,0%	985	1.541	-36,1%

% da Receita Líquida	Consolidado		Alimentar		Multivarejo		Assaí		Via Varejo	
	9M15	9M14	9M15	9M14	9M15	9M14	9M15	9M14	9M15	9M14
Lucro Bruto	23,8%	25,5%	24,0%	24,4%	27,8%	27,7%	13,9%	13,7%	32,9%	31,7%
Despesas com Vendas	16,6%	16,1%	16,2%	15,5%	18,7%	17,3%	9,4%	9,3%	23,5%	20,2%
Despesas Gerais e Administrativas	2,6%	2,3%	2,1%	2,1%	2,4%	2,5%	1,2%	1,1%	2,7%	2,3%
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	0,8%	0,2%	0,7%	0,4%	0,9%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%	0,1%
Total de despesas Operacionais	19,8%	18,5%	18,7%	17,8%	21,8%	20,1%	10,5%	10,5%	26,7%	22,5%
Depreciação e Amortização	1,4%	1,3%	1,9%	1,9%	2,2%	2,1%	1,0%	1,0%	1,0%	0,6%
EBIT	2,5%	5,8%	3,4%	4,7%	3,7%	5,5%	2,4%	2,2%	5,3%	8,6%
Resultado Financeiro Líquido	2,1%	2,3%	2,0%	1,8%	2,5%	2,1%	0,8%	0,7%	2,5%	2,9%
Lucro antes do I.R.	0,4%	3,4%	1,3%	3,0%	1,2%	3,4%	1,6%	1,5%	2,8%	5,7%
Imposto de Renda	0,2%	1,0%	0,3%	0,8%	0,2%	0,9%	0,5%	0,5%	0,7%	1,9%
Lucro Líquido Companhia	0,2%	2,4%	1,0%	2,2%	1,0%	2,5%	1,1%	1,0%	2,0%	3,7%
Partic. de acionistas não controladores	-0,3%	0,7%	-0,1%	-0,1%	-0,1%	-0,1%	0,0%	0,0%	1,1%	2,1%
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores ⁽²⁾	0,5%	1,7%	1,0%	2,2%	1,0%	2,6%	1,1%	1,0%	0,9%	1,6%
EBITDA	4,2%	7,2%	5,4%	6,8%	6,2%	7,9%	3,4%	3,2%	6,5%	9,4%
EBITDA Ajustado ⁽³⁾	4,9%	7,5%	6,1%	7,2%	7,1%	8,4%	3,4%	3,2%	7,2%	9,5%

(1) Inclui a receita proveniente do aluguel de galerias comerciais. Os períodos anteriores foram reclassificados para fins de comparabilidade.

(2) Lucro líquido após participação de acionistas não controladores.

(3) EBITDA ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias.



FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES OPERACIONAIS		
(R\$ milhões)	Consolidado	
	30.09.2015	30.09.2014
Lucro líquido do exercício	101	1.087
<u>Ajuste para reconciliação do lucro líquido</u>		
Imposto de renda diferido	12	177
Ganho na alienação de imobilizado	65	36
Depreciação e amortização	820	667
Juros e variações monetárias	828	847
Ajuste a valor presente	(4)	(2)
Equivalência patrimonial	(84)	(76)
Provisão para demandas judiciais	151	118
Remuneração baseada em ações	22	32
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	419	359
Provisão para obsolescência e perdas e quebras	(5)	(1)
Receita diferida	(139)	(25)
Outras Despesas Operacionais	2	16
	2.188	3.235
(Aumento) redução de ativos		
Aplicações Financeiras	-	24
Contas a receber	(813)	(478)
Estoques	180	(550)
Impostos a recuperar	(546)	53
Outros ativos	(297)	(204)
Partes relacionadas	(157)	(96)
Depósitos judiciais	(117)	(70)
	(1.750)	(1.321)
(Aumento) redução de passivos		
Fornecedores	(3.183)	(1.407)
Salários e encargos sociais	47	213
Impostos e contr. sociais a recolher	(224)	(502)
Demais contas a pagar	(172)	(148)
Demandas judiciais	(217)	(223)
Receita diferida	43	201
	(3.706)	(1.866)
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades operacionais	(3.268)	48

FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
(R\$ milhões)	Consolidado	
	30.09.2015	30.09.2014
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(1.170)	(898)
Aumento no ativo intangível	(326)	(222)
Venda de bens do imobilizado	57	47
Caixa líquido de reorganização societária	-	204
Caixa recebido na venda de subsidiária	51	-
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de investimento	(1.388)	(869)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Aumento (redução) de capital	14	25
Captação e refinanciamentos	4.625	4.960
Pagamentos	(6.603)	(5.634)
Pagamento de dividendos	(397)	(222)
Aquisição de sociedade	(74)	(67)
Transação com não controladores	(4)	(7)
Captações de mutuo com partes relacionadas	1.187	-
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de financiamento	(1.252)	(945)
Variação Cambial s/ caixa e equivalentes	173	-
Aumento (redução) de caixa e equivalentes	(5.735)	(1.766)
Disponibilidades no início do exercício	11.149	8.367
Disponibilidades no fim do exercício	5.414	6.601
Varição no caixa e equivalentes	(5.735)	(1.766)

SEGMENTAÇÃO DE VENDAS BRUTAS POR NEGÓCIO

(R\$ milhões)	3T15	%	3T14	%	Δ	9M15	%	9M14	%	Δ
Pão de Açúcar	1.728	9,7%	1.610	9,3%	7,3%	5.160	9,4%	4.838	9,5%	6,6%
Extra Supermercado	1.117	6,3%	1.173	6,8%	-4,8%	3.547	6,5%	3.677	7,2%	-3,5%
Extra Hiper	3.122	17,5%	3.229	18,6%	-3,3%	9.908	18,0%	10.224	20,1%	-3,1%
Proximidade ⁽¹⁾	262	1,5%	173	1,0%	51,6%	721	1,3%	480	0,9%	50,2%
Assaí	2.779	15,6%	2.266	13,1%	22,7%	7.922	14,4%	6.336	12,5%	25,0%
Outros Negócios ⁽²⁾	566	3,2%	491	2,8%	15,4%	1.655	3,0%	1.451	2,9%	14,1%
Alimentar	9.574	53,6%	8.941	51,5%	7,1%	28.913	52,6%	27.007	53,1%	7,1%
Pontofrio	943	5,3%	1.332	7,7%	-29,2%	3.356	6,1%	4.262	8,4%	-21,3%
Casas Bahia	3.672	20,6%	4.633	26,7%	-20,7%	12.207	22,2%	14.212	27,9%	-14,1%
Cnova	3.668	20,5%	2.451	14,1%	49,7%	10.467	19,1%	5.381	10,6%	94,5%
Não Alimentar	8.283	46,4%	8.415	48,5%	-1,6%	26.030	47,4%	23.855	46,9%	9,1%
Consolidado	17.856	100,0%	17.356	100,0%	2,9%	54.943	100,0%	50.862	100,0%	8,0%

(1) Inclui vendas do Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar

(2) Inclui as vendas dos Postos de Combustíveis, Drogarias, Delivery e receitas provenientes do aluguel de galerias comerciais.

SEGMENTAÇÃO DE VENDAS LÍQUIDAS POR NEGÓCIO

(R\$ milhões)	3T15	%	3T14	%	Δ	9M15	%	9M14	%	Δ
Pão de Açúcar	1.592	9,9%	1.478	9,4%	7,7%	4.749	9,6%	4.441	9,7%	6,9%
Extra Supermercado	1.053	6,6%	1.104	7,1%	-4,6%	3.340	6,8%	3.460	7,5%	-3,5%
Extra Hiper	2.843	17,7%	2.932	18,7%	-3,0%	9.013	18,2%	9.275	20,2%	-2,8%
Proximidade ⁽¹⁾	245	1,5%	162	1,0%	51,3%	676	1,4%	452	1,0%	49,6%
Assaí	2.564	16,0%	2.097	13,4%	22,3%	7.321	14,8%	5.874	12,8%	24,6%
Outros Negócios ⁽²⁾	555	3,5%	480	3,1%	15,6%	1.622	3,3%	1.421	3,1%	14,1%
Alimentar	8.852	55,1%	8.253	52,7%	7,3%	26.721	54,1%	24.923	54,3%	7,2%
Pontofrio	828	5,2%	1.189	7,6%	-30,4%	2.978	6,0%	3.756	8,2%	-20,7%
Casas Bahia	3.250	20,2%	4.091	26,1%	-20,6%	10.777	21,8%	12.474	27,2%	-13,6%
Cnova	3.132	19,5%	2.116	13,5%	48,0%	8.930	18,1%	4.707	10,3%	89,7%
Não Alimentar	7.209	44,9%	7.396	47,3%	-2,5%	22.685	45,9%	20.937	45,7%	8,3%
Consolidado	16.061	100,0%	15.649	100,0%	2,6%	49.405	100,0%	45.860	100,0%	7,7%

(1) Inclui vendas do Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar

(2) Inclui as vendas dos Postos de Combustíveis, Drogarias, Delivery e receitas provenientes do aluguel de galerias comerciais.

COMPOSIÇÃO DE VENDAS (% sobre Vendas Líquidas)

	Consolidado ⁽¹⁾				Alimentar			
	3T15	3T14	9M15	9M14	3T15	3T14	9M15	9M14
À Vista	42,3%	41,0%	41,9%	41,6%	51,3%	52,2%	51,8%	52,6%
Cartão de Crédito	47,7%	48,7%	48,3%	48,5%	38,7%	38,7%	38,5%	38,6%
Ticket Alimentação	6,1%	5,1%	5,8%	4,9%	9,9%	9,1%	9,7%	8,8%
Crediário	3,9%	5,2%	4,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

(1) Não inclui Cdiscount.


MOVIMENTAÇÃO DE LOJAS POR BANDEIRA

	30/6/2015	Abertas	Fechadas	Convertidas	30/9/2015
Pão de Açúcar	180	4	-	-	184
Extra Hiper	137	-	-	-	137
Extra Supermercado	204	-	(5)	-	199
Minimercado Extra	258	7	-	(3)	262
Minuto Pão de Açúcar	30	6	-	3	39
Assaí	87	1	-	-	88
Negócios especializados	239	-	-	-	239
<i>Postos de combustíveis</i>	82	-	-	-	82
<i>Drogarias</i>	157	-	-	-	157
Alimentar	1.135	18	(5)	-	1.148
Pontofrio	364	-	(33)	(30)	301
Casas Bahia	683	5	(3)	30	715
Consolidado	2.182	23	(41)	-	2.164

Área de Vendas (mil m²)

Alimentar	1.772	1.780
Consolidado	2.892	2.880

Nº de Funcionários Consolidado (mil) ⁽¹⁾

151	142
------------	------------

(1) Não inclui funcionários da Cdiscout.



Teleconferência e Webcast sobre os Resultados do 3T15

Sexta-feira, 30 de Outubro de 2015
10:30h (horário de Brasília) | 8:30h (NY) | 12:30h (Londres)

Conferência em Português (idioma original)

+55 (11) 2188-0155

Conferência em inglês (tradução simultânea)

+1 (646) 843-6054

Webcast: <http://www.gpari.com.br>

Replay

+55 (11) 2188-0400

Código para áudio em português: GPA

Código para áudio em inglês: GPA

<http://www.gpari.com.br>

Contatos - Relações com Investidores

GPA

Telefone: 55 (11) 3886-0421

Fax: 55 (11) 3884-2677

gpa.ri@gpabr.com

www.gpari.com.br

Via Varejo

Telefone: 55 (11) 4225-8668

Fax: 55 (11) 4225-9596

ri@viavarejo.com.br

www.viavarejo.com.br/ri

Cnova

Telefone: 33 (1) 5370-5590

investor@cnova.com

www.cnova.com/investor-relations

As informações contábeis intermediárias individuais e consolidadas estão apresentadas de acordo com o IFRS e as práticas contábeis adotadas no Brasil e referem-se ao terceiro trimestre de 2015 (3T15), exceto quando indicado de outra forma, com comparações feitas em relação ao mesmo período do ano anterior.

Toda e qualquer informação não contábil ou derivada de números não contábeis não foi revisada pelos auditores independentes.

Para o cálculo do "EBITDA" utilizamos lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização. A base para o cálculo da receita bruta "mesmas lojas" é definido pelas vendas realizadas em lojas abertas ao menos por 12 meses consecutivos e que não ficaram fechadas por 7 ou mais dias consecutivos nesse período. Aquisições não são incluídas na base mesmas lojas nos 12 primeiros meses de operação.

O GPA adota como indicador de inflação o IPCA-Índice Geral, que também é utilizado pela ABRAS (Associação Brasileira de Supermercados), por melhor refletir o mix de produtos e marcas comercializadas pela Companhia. O IPCA acumulado nos 12 meses findos em setembro de 2015 foi de 9,49%.

Sobre o GPA: O GPA é a maior Companhia varejista no Brasil, com distribuição por meio de mais de 2.000 pontos-de-venda e canais eletrônicos. Fundado em 1948, em São Paulo, mantém sua sede administrativa na capital paulista e atuação em 20 estados brasileiros e no Distrito Federal. Com a estratégia de manter o cliente no centro das suas decisões e melhor atendê-lo de acordo com o seu perfil, em seus mais variados momentos de compra, o GPA mantém uma atuação multinegócio e multicanal, com lojas físicas e operações de comércio eletrônico, distribuídas em cinco unidades de negócio: Multivarejo, que opera os formatos supermercado, hipermercado e minimercado, postos e drogarias com as marcas Pão de Açúcar e Extra; Assaí, com atuação no segmento de atacado de autosserviço; Via Varejo, com as lojas físicas de eletroeletrônicos das bandeiras Casas Bahia e Pontofrio; GPA Malls, responsável pela gestão dos ativos imobiliários, projetos de expansão e inauguração de novas lojas e o segmento de e-commerce, Cnova, que consiste nas operações de Cnova Brasil, Cdiscount na França e seus sites internacionais.

Aviso/Disclaimer: As declarações contidas neste comunicado relativas à perspectiva dos negócios da Companhia, projeções de resultados operacionais/financeiros, potencial de crescimento da Empresa e relativas às estimativas de mercado e macroeconômicas constituem-se em meras previsões e foram baseadas nas crenças, intenções e expectativas da Administração em relação ao futuro da Companhia. Estas expectativas são altamente dependentes de mudanças do mercado, do desempenho econômico geral do Brasil, da indústria e dos mercados internacionais e, portanto, estão sujeitas a mudanças