



São Paulo, Brasil, 12 de julho de 2017 - O GPA [B3: PCAR4; NYSE: CBD] anuncia o desempenho das vendas do 2º trimestre de 2017. Todas as comparações são referentes ao mesmo período de 2016, exceto quando mencionado de outra forma. Nas demonstrações financeiras do GPA, em 30/06/17, em consequência do processo atualmente em curso de alienação da participação do GPA no capital da Via Varejo S.A, conforme divulgado no fato relevante de 23/11/16, **as atividades da Via Varejo estão tratadas como atividades descontinuadas**. Desta forma, as vendas líquidas foram ajustadas, assim como as demais linhas do resultado, de forma retrospectiva, conforme definido no IFRS 5/CPC31, aprovado pela Deliberação CVM nº 598/09 – Venda de ativo não circulante e operações descontinuadas. Portanto os comentários abaixo não incluem o desempenho da Via Varejo.

VENDAS 2T17

Vendas líquidas totalizaram R\$10,7 bilhões, +9,0% vs. 2T16, sustentada por:

- **Crescimento consistente do Assaí de 29,2%, com aumento de volume neutralizando o efeito da queda da inflação**
- **Aceleração da bandeira Extra: destaque para o Hiper (7,6% vendas ‘mesmas lojas’ vs. 5,4% no 1T17)**
- **Multivarejo e Assaí continuam ganhando market share no trimestre (*)**

Multivarejo:

- Continuidade do ganho de *market share* em 2017 em relação a 2016 decorrente das dinâmicas comerciais, apesar dos desafios atuais do consumo, menor inflação e base de comparação desfavorável em função do lançamento da dinâmica comercial 1,2,3 no 2T16;
- Aceleração do ritmo de crescimento do Extra Hiper, com expansão ‘mesmas lojas’ de 7,6% no 2T17 vs. 5,4% no 1T17. Essa performance refletiu em patamar de *market share* superior aos níveis de 2016;
- Destaque para o crescimento sequencial da categoria de não alimentos, como resultado das iniciativas principalmente em celular, além de bazar, eletro e têxtil;
- Lançamento do Programa “Meu Desconto”: ofertas personalizadas através de um aplicativo móvel direcionado a cerca de 12 milhões de clientes fidelizados;
- Adicionalmente, outras iniciativas foram implementadas ou estão em processo de implementação, com o objetivo de aumentar o fluxo de clientes e de vendas:
 - Novas dinâmicas comerciais nas regionais;
 - Bônus celular: descontos promocionais obtidos na loja podem ser convertidos em bônus pré-pagos;
 - Reformas das lojas Pão de Açúcar: meta de renovar aproximadamente 15-20 lojas nos próximos trimestres.

Assaí:

- Forte crescimento de vendas totais de 29,2%, resultado do bom desempenho das novas lojas e aceleração do crescimento de vendas ‘mesmas lojas’ de 13,5% no 2T17 vs. 12,9% no 1T17;
- As dinâmicas comerciais e a atratividade da bandeira resultaram em forte aumento do fluxo de clientes, gerando crescimento de volume que anula a queda da inflação (de 5,2% no 1T17 para 2,3% no 2T17);
- Conversões mantêm alto patamar de vendas, atingindo evolução média de cerca de 2,5x. No trimestre foram inauguradas quatro lojas, sendo três conversões e uma orgânica.

(*) Multivarejo e Assaí: crescimento acima do mercado segundo dados da Nielsen.

| (R\$ milhões) | Receita Líquida | | | | | | Receita Bruta | | | | | |
|------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------------|--------------------|----------------------------|--------------------------------|
| | Δ 2T 2017/ 2T 2016 | | | Δ 1S 2017/ 1S 2016 | | | Δ 2T 2017/ 2T 2016 | | | Δ 1S 2017/ 1S 2016 | | |
| | 2T17 | Total Lojas ⁽¹⁾ | Mesmas Lojas ⁽¹⁾⁽²⁾ | 1S17 | Total Lojas ⁽¹⁾ | Mesmas Lojas ⁽¹⁾⁽²⁾ | 2T17 | Total Lojas ⁽¹⁾ | Mesmas Lojas ⁽¹⁾⁽²⁾ | 1S17 | Total Lojas ⁽¹⁾ | Mesmas Lojas ⁽¹⁾⁽²⁾ |
| Alimentar | 10.663 | 9,0% | 5,4% | 21.215 | 9,2% | 5,5% | 11.623 | 9,5% | 5,8% | 23.053 | 9,4% | 5,6% |
| Multivarejo | 6.390 | -1,5% | 1,2% | 12.904 | -0,6% | 1,6% | 6.945 | -1,3% | 1,4% | 13.975 | -0,7% | 1,5% |
| Assaí | 4.273 | 29,2% | 13,5% | 8.312 | 29,0% | 13,2% | 4.678 | 30,3% | 14,1% | 9.078 | 29,9% | 13,6% |

(1) No 2T17 o ajuste calendário foi de -0,6 p.p. para o GPA Alimentar, sendo -1,6 p.p. no Multivarejo e +1,5 p.p. no Assaí relacionados à Páscoa e feriados. No 1S17 o ajuste foi de +1,1 p.p. para o GPA Alimentar, sendo +1,2 p.p. no Multivarejo e +1,0 p.p. no Assaí.

(2) Inclui as lojas convertidas de Extra Hiper para Assaí, que contribuíram no 2T17 em 0,6 p.p para o Alimentar e 1,6 p.p. para o Assaí. No 1S17 foi 0,6 p.p. e 1,8 p.p., respectivamente.



I. Evolução do desempenho

Multivarejo

Receita líquida atingiu R\$ 6,4 bilhões no trimestre, com crescimento ‘mesmas lojas’ de 1,2%. Os principais destaques foram a continuidade do ganho de *market share* em 2017 em relação a 2016 e a aceleração do ritmo de crescimento do Extra Hiper. No semestre, a receita líquida totalizou R\$ 12,9 bilhões com crescimento ‘mesmas lojas’ de 1,6%.

No conceito total lojas, o desempenho foi negativamente afetado pelos fechamentos de lojas que serão convertidas em Assaí, e também pela tendência acelerada de queda da inflação das categorias de alimentos, que no mês de Junho chegou a apresentar deflação.

O **Extra Hiper** apresentou expressivo crescimento de vendas ‘mesmas lojas’ de 7,6%, impulsionado pelo desempenho das categorias de não alimentos, com destaque para as iniciativas de *store-in-store mobile*, bazar/eletro (sortimento e experiência de compra) e têxtil (modelo em sinergia com Êxito).

A performance dos formatos de Supermercado (**Extra e Pão de Açúcar**) e Proximidade (**Minimercado Extra e Minuto Pão**) também foi impactada pela pressão no fluxo de clientes em função das mudanças de hábito dos consumidores decorrente do cenário econômico.

Ao final do trimestre, houve o lançamento do **Programa “Meu Desconto”**, que consiste em ofertas personalizadas através de um aplicativo móvel dirigido a 12 milhões de clientes pertencentes aos programas de relacionamento das marcas Pão de Açúcar e Extra. A segmentação pode ser realizada diretamente pela indústria com o objetivo de gerar maior fidelização do cliente e aumentar o *share of wallet*.

Além disso, foram implementadas no Multivarejo outras iniciativas com o objetivo de conter a migração de formatos e aumentar o fluxo de clientes e vendas:

- **Bônus celular:** descontos promocionais obtidos na loja podem ser convertidos no dobro do valor em bônus para celulares pré-pagos, em fase piloto;
- **Reformas das lojas Pão de Açúcar:** meta de reformar de 15 a 20 lojas mais representativas nos próximos trimestres.

Assaí

Receita líquida totalizou R\$ 4,3 bilhões, com crescimento de 29,2% vs. 2T16. No conceito ‘mesmas lojas’ o formato acelerou o crescimento para 13,5%, com forte expansão do fluxo de clientes e aumento dos volumes no trimestre, anulando o efeito de uma menor inflação de alimentos (de 5,2% no 1T17 para 2,3% no 2T17). No semestre a receita líquida totalizou R\$ 8,3 bilhões, com crescimento de 29,0%.

Assaí já representa 40,1% da receita líquida do GPA Alimentar em comparação a 34,4% no ano anterior. O formato continuou ganhando *market share*, cerca de 4 p.p. em relação ao ano anterior, num segmento de mercado em expansão.

Durante o 1S17, as lojas convertidas mantiveram um alto múltiplo de vendas no patamar de 2,5x e uma rentabilidade similar ao total do formato e já acima da rentabilidade anterior à conversão.



Expansão

Durante o trimestre foi dada continuidade ao plano de otimização do portfólio:

- Três conversões de Extra Hiper para Assaí (Goiânia T9, Vila Luzita e Carapicuíba), além de 11 lojas em processo de conversão. No total, serão 16 lojas convertidas em 2017;
- Abertura de três lojas no 2T17, sendo duas do formato Minuto Pão de Açúcar e uma do Assaí (outras 4 estão em construção).

Adicionalmente o projeto Aliados Compre Bem totalizou 236 parceiros.

II. Informações adicionais

Contatos – Relações com Investidores

GPA

Telefone: 55 (11) 3886-0421

Fax: 55 (11) 3884-2677

gpa.ri@gpabr.com

www.gpari.com.br

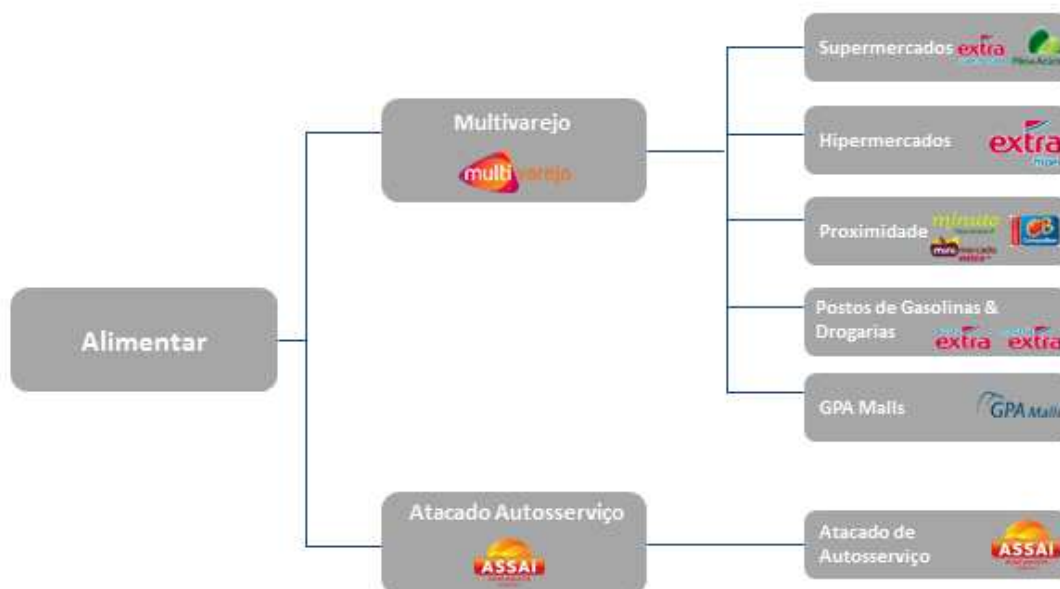
Sobre o GPA: O GPA é a maior Companhia varejista no Brasil, com distribuição por meio de mais de 2.000 pontos-de-venda e canais eletrônicos. Fundado em 1948, em São Paulo, mantém sua sede administrativa na capital paulista e atuação em 20 estados brasileiros e no Distrito Federal. Com a estratégia de 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 três 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; GPA Malls, responsável pela gestão dos ativos imobiliários, projetos de expansão e inauguração de novas lojas; e as atividades descontinuadas da Via Varejo, com as lojas físicas de eletroeletrônicos das bandeiras Casas Bahia e Pontofrio e o segmento de e-commerce.

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.

III. Apêndice

Glossário

Negócios da Companhia: Os negócios da Companhia estão divididos em dois segmentos – Varejo e Atacado de Autosserviço, agrupados conforme abaixo:



Segmento Alimentar: Representa a combinação dos resultados de Multivarejo e Assaí, excluindo o resultado da equivalência da Cdiscount, que não está incluído nos segmentos operacionais reportados pela Companhia.

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