



Desempenho de Vendas 3º Trimestre/2014

Receita líquida total cresce 10,9% no trimestre.

Inauguração de 50 lojas no período; 146 novas lojas nos últimos 12 meses.

São Paulo, Brasil, 10 de outubro de 2014 - O GPA [BM&FBOVESPA: PCAR4 (PN); NYSE: CBD] e Via Varejo S.A. [BM&FBOVESPA: VVAR3 e VVAR11] anunciam o desempenho das vendas do 3º trimestre de 2014.

(R\$ milhões)	Receita Líquida					
	3T14	3T13	Δ	9M14	9M13	Δ
Consolidado ⁽¹⁾	15.649	14.107	10,9%	45.860	40.928	12,1%
Alimentar	8.253	7.774	6,2%	24.923	22.533	10,6%
Multivarejo ⁽²⁾	6.156	6.176	-0,3%	19.048	18.197	4,7%
Assaí	2.097	1.598	31,2%	5.874	4.336	35,5%
Não Alimentar	7.413	6.335	17,0%	20.977	18.404	14,0%
Cnova ⁽³⁾	2.116	1.075	96,9%	4.707	2.882	63,3%
Via Varejo ⁽⁴⁾	5.297	5.260	0,7%	16.270	15.523	4,8%

Crescimento receita líquida 'mesmas lojas'

	3T14	9M14
Consolidado ⁽¹⁾	3,0%	6,5%
Por categoria		
Alimentos ⁽⁵⁾	2,3%	5,3%
Não Alimentos ⁽⁶⁾	3,6%	7,5%
Por negócio		
Multivarejo + Assaí	0,6%	4,5%
Cnova ⁽³⁾	22,8%	33,3%
Via Varejo ⁽⁴⁾	0,2%	3,6%

(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. Os períodos anteriores foram reclassificados para fins de comparabilidade; (3) Cnova: Cnova Brasil + Cdiscount Group. Para o Cdiscount, houve consolidação das vendas de agosto e setembro somente. Inclui a receita de comissões do marketplace, sem considerar o volume de mercadorias; (4) Inclui a receita proveniente de operações intercompany; (5) Inclui as categorias de alimentos do Multivarejo e Assaí e exclui as categorias de não alimentos do Multivarejo; (6) Inclui as categorias de não alimentos do Multivarejo, Cnova e Via Varejo.

Desempenho de Vendas - Consolidado

A estrutura multiformato, as sinergias entre os negócios e as iniciativas em multicanalidade tem permitido ao GPA apresentar crescimentos de venda mesmo diante de um cenário mais desafiador. No segmento Alimentar, a evolução foi de 6,2% e no segmento que compreende Via Varejo e e-commerce o crescimento foi de 17,0%.

A receita líquida totalizou R\$ 15,7 bilhões, com crescimento de 10,9%, resultado da inauguração de 146 novas lojas nos últimos 12 meses e do aumento das vendas 'mesmas lojas' de 3,0%. Na mesma base de comparação, sem o efeito da Consolidação da Cdiscount, a receita líquida total teria crescido 5,7% no 3T14. O trimestre foi impactado pela forte base de comparação do 3T13 que apresentou crescimento de 11,8% nas vendas 'mesmas lojas' e pelo cenário macroeconômico que afetou principalmente o desempenho de não alimentos.



A Companhia acelerou o crescimento orgânico no trimestre, com foco na expansão de Assaí, Pão de Açúcar e lojas de proximidade. No trimestre foram inauguradas 50 lojas, totalizando 96 novas lojas nos últimos 9 meses de 2014.

Desempenho por categoria:

- ✓ **Alimentos:** crescimento de 2,3% no conceito 'mesmas lojas', positivamente influenciado pelas categorias de carnes, aves e bebidas. A forte base de comparação do ano anterior (9,5%) impactou o desempenho do trimestre;
- ✓ **Não alimentos:** vendas 'mesmas lojas' apresentaram crescimento de 3,6%. Os destaques foram as categorias de smartphones e linha branca que apresentaram recuperação nos últimos meses do trimestre. O período foi afetado negativamente pelo desempenho de Julho em função da antecipação das vendas de televisores, que ocorreram em Junho, em razão da Copa do Mundo. Adicionalmente, é importante destacar a forte base de comparação da categoria de não alimentos que cresceu de 13,5% no mesmo trimestre do ano anterior.

Alimentar (Multivarejo + Assaí)

- ✓ A receita líquida cresceu 6,2%, com a inauguração de 35 lojas, sendo 33 lojas de proximidade (incluindo 31 Minimercado Extra e 2 Minuto Pão de Açúcar) e 2 Assaí. No conceito 'mesmas lojas', o crescimento foi de 0,6%, impactado principalmente pela venda de duráveis nos hipermercados.
- ✓ No **Multivarejo**, as bandeiras Pão de Açúcar e Minimercado Extra apresentaram as melhores performances do trimestre, como observado nos últimos períodos. As marcas próprias seguem apresentando crescimento expressivo mantendo patamar de participação superior a 10% das vendas.
- ✓ O **Assaí** manteve a tendência de forte crescimento de vendas (31,2%), decorrente do bom desempenho 'mesmas lojas' e forte contribuição da abertura de lojas. No 3T foram inauguradas 2 novas lojas, sendo uma em um novo estado, atingindo um total de 80 lojas da bandeira e presença em 50% dos estados brasileiros. Nos últimos 12 meses foram abertas 11 lojas. O Assaí pretende acelerar a expansão nos próximos trimestres. A maioria dessas inaugurações será na região Nordeste que já conta com a presença de 13 lojas (mais de 15% do total de lojas).

Via Varejo

- ✓ A receita líquida totalizou R\$ 5,3 bilhões, com crescimento de 0,7% e de 0,2% no conceito 'mesmas lojas'. Sem o impacto das 32 lojas fechadas no 2T14, em atendimento ao CADE, o crescimento da receita líquida no trimestre teria sido de 2,3%;
- ✓ As vendas foram impactadas por um desempenho negativo no mês de Julho devido à redução do horário de funcionamento das lojas durante o período da Copa do Mundo e à desaceleração do consumo nas semanas subsequentes ao evento;
- ✓ Ao longo do trimestre houve uma recuperação gradual de vendas com melhorias registradas no mês de Agosto e especialmente em Setembro, com destaque para as categorias de *smartphones* e linha branca;
- ✓ Foram abertas 15 lojas no trimestre, sendo 11 da bandeira Casas Bahia e 4 da bandeira Ponto Frio. No ano foram abertas 29 lojas e, nos últimos 12 meses, foram abertas 55 novas lojas.

Cnova

Conforme anunciado em 24 de Julho, foi concluída nesta data a reorganização necessária para a implementação da Combinação dos Negócios de Comércio Eletrônico (Cnova). Cnova é controlada indiretamente pela CBD, Via Varejo e demais acionistas minoritários de Nova Pontocom, que possuem participação de 53,5%.

As tabelas a seguir refletem a operação da Cnova no 3º trimestre de 2013 e 2014. É importante ressaltar que esses valores diferem da tabela na página 1, pois esta última reflete a visão do GPA, ou seja, consolidação da Cdiscount na Cnova para os meses de Agosto e Setembro de 2014.

- ✓ O segmento de e-commerce, Cnova, consiste nas operações da Cnova Brasil e do Cdiscount na França,

incluindo seus sites especializados e internacionais.

	3T13	3T14	Crescimento
CNOVA			
GMV ⁽¹⁾ (volume de negócios) (em M€)	849,1	1.100,8	+29,6%
GMV Proforma ⁽²⁾ (em M€)	849,1	1.102,8	+29,9%
Faturamento líquido (em M€)	685,4	842,0	+22,8%
Faturamento líquido Proforma ⁽²⁾ (em M€)	685,4	844,0	+23,1%
Clientes ativos ⁽³⁾ (em milhões)	10,1	12,9	+27,6%
Volume de pedidos ⁽⁴⁾ (em milhões)	5,6	7,8	+39,0%
Unidades vendidas (em milhões)	9,8	13,5	+38,9%

CDISCOUNT			
GMV (volume de negócios) (em M€)	454,0	560,9	+23,5%
GMV Proforma (em M€)	454,0	563,0	+24,0%
Faturamento líquido (em M€)	336,4	384,2	+14,2%
Faturamento líquido Proforma (em M€)	336,4	386,2	+14,8%
Participação das vendas do marketplace ⁽⁵⁾ (%)	12,5%	20,5%	+800 bp
Participação das vendas via smartphone/tablet (%)	12,2%	19,3%	+713 bp

CNOVA BRASIL			
GMV (volume de negócios) (em MBRL)	1.193,2	1.628,4	+36,5%
Faturamento líquido (em MBRL)	1.055,3	1.380,6	+30,8%
Participação das vendas do marketplace ⁽⁶⁾ (%)	1,94%	11,86%	+992 bp
Participação das vendas via smartphone/tablet (%)	3,95%	9,80%	+584 bp

(1) GMV : Gross Merchandise Volume (venda bruta de mercadorias próprias, do marketplace e outras receitas, após devoluções, incluindo impostos); (2) Proforma reúne todos os sites internacionais do Cdiscount, a fim de refletir antecipadamente o perímetro de consolidação do 4º trimestre de 2014; (3) Clientes ativos ao fim de setembro que realizaram no mínimo 1 compra nos últimos 12 meses; (4) Total de pedidos realizados pelos clientes antes de cancelamento por fraude ou incidentes de pagamentos e efeitos de data de corte; (5) Participação das vendas do marketplace através do site www.cdiscount.com; (6) Participação das vendas do marketplace através do site www.extra.com.br.

Contatos - Relações com Investidores

GPA

Telefone: (11) 3886-0421

Fax: (11) 3884-2677

gpa.ri@gpabr.com

www.gpari.com.br

Via Varejo

Telefone: (11) 4225-8668

Fax: (11) 4225-9596

ri@viavarejo.com.br

www.viavarejo.com.br/ri

As informações apresentadas são preliminares, não auditadas e sujeitas à revisão. As informações foram calculadas com base em números consolidados e em Reais, de acordo com a Legislação Societária vigente. Os cálculos de variação e crescimento tomam como base o mesmo período do ano anterior, exceto quando indicado de outra forma.

A base para o cálculo das vendas "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, 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 2014 foi de 6,75%.

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 19 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 drogas 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.