



São Paulo, Brasil, 28 de Julho de 2015 - O GPA [BM&FBOVESPA: PCAR4 (PN); NYSE: CBD] anuncia os resultados do 2º trimestre de 2015 (2T15). Os comentários referem-se ao resultado consolidado do Grupo ou unidades de negócio. Todas as comparações referem-se ao mesmo período de 2014, exceto onde estiver indicado de outra forma.

Resultado do 2º Trimestre/2015

CONSOLIDADO

- Receita líquida total de R\$16,1 bi, com crescimento de 6,0%, ou 6,6% ajustado pelo efeito calendário, com abertura de 50 novas lojas no trimestre e 236 novas lojas nos últimos 12 meses;
- Margem bruta impactada pela maior participação da Cnova e do Assaí no mix de vendas. Em bases comparáveis ⁽¹⁾ a margem bruta seria de 27,0%, patamar similar ao 2T14;
- Forte estrutura de capital com reserva de caixa de R\$ 6,811 bilhões ao final do período, superior em R\$ 1,455 bilhão quando comparado ao mesmo período do ano anterior;
- Investimentos de R\$ 470 milhões no trimestre, valor 51% superior ao 2T14.

ALIMENTAR

- Margem EBITDA ajustada de 7,3% para o Multivarejo, patamar significativo que denota resiliência, mesmo diante da deterioração do cenário econômico;
- 24 lojas Extra modernizadas apresentaram sinais de recuperação no conceito 'mesmas lojas' e novas lojas serão reinauguradas no 2º semestre;
- Consistente resultado do Assaí, com expansão de 16,9% do EBITDA ajustado.

VIA VAREJO

- Ganho de market share no acumulado de Janeiro a Maio de 2015, mesmo em cenário de retração de consumo;
- Margem bruta de 32,7%, melhora de 1,3 p.p., associada à maior competitividade comercial como resultado da maior eficiência nos custos;
- Projeto "Crescer Mais": 45 lojas store-in-store de telefonia, 30 lojas no novo conceito de móveis e 36 conversões de bandeira, finalizadas no início de julho.

CNOVA

- Forte crescimento do GMV de 25,8%;
- Melhora sequencial da margem EBITDA na França e no Brasil em relação ao 1T15, com crescimento de 0,9 p.p.;
- Fluxo de caixa positivo nos últimos 12 meses;
- Excelentes indicadores-chave comerciais: aumento do tráfego em 38,9%, com a participação de 36,9% através de dispositivos móveis.

(R\$ milhões) ⁽³⁾	Consolidado ⁽²⁾						Alimentar			Via Varejo		
	2T15	2T14	Δ	1S15	1S14	Δ	2T15	2T14	Δ	2T15	2T14	Δ
Receita Bruta ⁽⁴⁾	17.887	16.869	6,0%	37.087	33.506	10,7%	9.696	9.133	6,2%	4.863	6.272	-22,5%
Receita Líquida ⁽⁴⁾	16.108	15.203	6,0%	33.344	30.212	10,4%	8.953	8.412	6,4%	4.307	5.508	-21,8%
Lucro Bruto	3.845	3.938	-2,4%	7.976	7.686	3,8%	2.178	2.062	5,7%	1.407	1.731	-18,7%
Margem Bruta	23,9%	25,9%	-2,0 p.p.	23,9%	25,4%	-1,5 p.p.	24,3%	24,5%	-0,2 p.p.	32,7%	31,4%	1,3 p.p.
Despesas Operacionais Totais	(3.216)	(2.873)	11,9%	(6.431)	(5.596)	14,9%	(1.711)	(1.516)	12,9%	(1.146)	(1.239)	-7,5%
% da Receita Líquida	20,0%	18,9%	1,1 p.p.	19,3%	18,5%	0,8 p.p.	19,1%	18,0%	1,1 p.p.	26,6%	22,5%	4,1 p.p.
EBITDA ⁽⁵⁾	665	1.090	-39,0%	1.613	2.139	-24,6%	482	558	-13,6%	275	501	-45,0%
Margem EBITDA	4,1%	7,2%	-3,1 p.p.	4,8%	7,1%	-2,3 p.p.	5,4%	6,6%	-1,2 p.p.	6,4%	9,1%	-2,7 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽⁶⁾	749	1.155	-35,1%	1.766	2.232	-20,9%	554	615	-9,9%	249	509	-51,2%
Margem EBITDA Ajustada	4,7%	7,6%	-2,9 p.p.	5,3%	7,4%	-2,1 p.p.	6,2%	7,3%	-1,1 p.p.	5,8%	9,2%	-3,4 p.p.
Resultado Financeiro Líquido	(413)	(361)	14,4%	(695)	(700)	-0,7%	(171)	(143)	19,7%	(188)	(167)	12,3%
% da Receita Líquida	2,6%	2,4%	0,2 p.p.	2,1%	2,3%	-0,2 p.p.	1,9%	1,7%	0,2 p.p.	4,4%	3,0%	1,4 p.p.
Lucro Líquido (Prejuízo) Companhia	(30)	358	n.a.	222	697	-68,1%	102	182	-44,1%	21	195	-89,0%
Margem Líquida	-0,2%	2,4%	-2,6 p.p.	0,7%	2,3%	-1,6 p.p.	1,1%	2,2%	-1,1 p.p.	0,5%	3,5%	-3,0 p.p.
Lucro Líquido Ajustado ⁽⁷⁾	43	407	-89,4%	354	770	-54,1%	155	224	-30,5%	4	202	-98,1%
Margem Líquida Ajustada	0,3%	2,7%	-2,4 p.p.	1,1%	2,5%	-1,4 p.p.	1,7%	2,7%	-1,0 p.p.	0,1%	3,7%	-3,6 p.p.

(1) As operações internacionais da Cnova estão consolidadas no GPA a partir do 3T14 e não estão refletidas no 2T14. Portanto, para melhor comparabilidade, foi excluído o resultado Consolidado da Cnova (Cnova Brasil e Operações Internacionais) do 2T14 e do 2T15. (2) Inclui os resultados da Cnova (Cnova Brasil + Cdiscount Group); (3) Os somatórios e percentuais podem não conferir devido a arredondamentos. Todas as margens foram calculadas como percentual da receita líquida; (4) Inclui a receita proveniente da locação de galerias comerciais; (5) Lucro antes de juros, impostos, depreciação e amortização. (6) EBITDA ajustado pelo total da linha "Outras Despesas e Receitas Operacionais", eliminando, dessa forma, receitas e despesas extraordinárias; (7) 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. Estão também excluídos os efeitos de imposto de renda diretos não recorrentes.



Desempenho de Vendas

Receita Líquida (R\$ milhões)	2T15 x 2T14			1T15 x 1T14		
	2T15	Δ	Δ ⁽¹⁾	1T15	Δ	Δ ⁽¹⁾
Consolidado⁽²⁾	16.108	6,0%	6,6%	17.237	14,8%	14,5%
Alimentar	8.953	6,4%	7,6%	8.916	8,0%	7,4%
Multivarejo⁽³⁾	6.508	0,7%	2,1%	6.605	2,8%	1,9%
Assaí	2.445	25,6%	25,7%	2.312	26,3%	26,6%
Não Alimentar	7.172	5,3%	5,3%	8.338	23,5%	23,5%
Cnova⁽⁴⁾	2.848	122,0%	122,0%	2.950	125,6%	125,6%
Via Varejo⁽⁵⁾	4.324	-21,7%	-21,7%	5.388	-1,0%	-1,0%

	Δ Receita líquida 'mesmas lojas'	
	2T15 ⁽¹⁾	1T15 ⁽¹⁾
Consolidado⁽²⁾	-2,9%	3,7%
Multivarejo + Assaí	3,0%	3,1%
Cnova⁽⁴⁾	24,7%	19,5%
Via Varejo⁽⁵⁾	-23,5%	-2,3%

(1) Ajustado pelo efeito calendário, exceto por Via Varejo e Cnova; (2) Não inclui a receita proveniente de operações intercompany; (3) Bandeiras Extra e Pão de Açúcar. Inclui a receita proveniente da locação de galerias comerciais.; (4) Cnova: Cnova Brasil + Cdiscount Group. Inclui a receita de comissões do marketplace, sem considerar o volume de mercadorias. (5) Inclui a receita proveniente de operações intercompany. Sem considerar o fechamento das lojas em atendimento ao CADE, a regressão teria sido de 20,9% no trimestre.

Desempenho de Vendas – Consolidado

- A receita líquida consolidada totalizou R\$ 16,1 bilhões no trimestre, com crescimento de 6,0%, ou 6,6% ajustado pelo efeito calendário. O desempenho de vendas desse trimestre foi negativamente impactado pelos seguintes efeitos da base de comparação: i) Copa do Mundo, que ocorreu no mesmo período de 2014, e ii) Páscoa, que concentrou parte das vendas no 1T15 e no ano anterior ocorreu integralmente no 2T14. Adicionalmente, o cenário de consumo mais cauteloso devido ao ambiente macroeconômico afetou a performance do trimestre.
- No segmento alimentar (Multivarejo + Assaí), a receita líquida apresentou crescimento de 7,6%, ajustado pelo efeito calendário. Já no segmento não alimentar (Via Varejo + Cnova) a receita líquida avançou 5,3%. Destaque para os crescimentos expressivos do Assaí e da Cnova de 25,7% e 122,0%, respectivamente.
- A Companhia deu continuidade à expansão orgânica com a inauguração de 50 novas lojas no trimestre, das quais 32 lojas pelo Multivarejo (24 Minimercado Extra, 7 Minuto Pão de Açúcar e 1 Extra Supermercado) e 18 lojas da Casas Bahia. Nos últimos 12 meses foram inauguradas 236 novas lojas.

Alimentar (Multivarejo + Assaí)

- As vendas líquidas do segmento Alimentar totalizaram R\$ 9,0 bilhões no trimestre, principalmente em função da inauguração de 141 lojas nos últimos 12 meses, sendo 120 lojas de proximidade (95 Minimercado Extra e 25 Minuto Pão de Açúcar), 7 Pão de Açúcar, 4 Extra Supermercado, 9 Assaí e 1 drogaria;



- No conceito 'mesmas lojas', após ajustes pelo efeito calendário, as vendas do segmento Alimentar avançaram 3,0%, em linha com o crescimento de 3,1% registrado no 1T15, apesar da forte base de comparação do 2T14.
- Destaque para a manutenção do patamar de crescimento da categoria de alimentos no 1T15 e 2T15, ao redor de 4,0%, ajustado pelo efeito calendário. Esse desempenho é resultado do sólido desempenho do Assaí e também da manutenção de tendência de recuperação do fluxo de clientes e volumes no Multivarejo, refletindo a competitividade e dinâmicas comerciais assertivas adotadas desde o 3T14, principalmente na bandeira Extra;
- Adicionalmente, foram modernizadas 24 lojas da bandeira Extra no trimestre, sendo 2 supermercados e 22 hipermercados, totalmente remodelados para oferecer um novo conceito que contempla a revisão de layout, sortimento e nível de serviço prestado ao consumidor. As lojas que passaram pelo processo de modernização apresentaram os primeiros sinais de recuperação nas vendas 'mesmas lojas', sendo monitoradas para avaliação de *roll-out* do conceito;
- O Assaí novamente apresentou forte crescimento das vendas líquidas de 25,7%, suportado, principalmente, pelo desempenho de vendas 'mesmas lojas' acima de inflação e das 9 novas lojas inauguradas nos últimos 12 meses. Adicionalmente, 7 lojas novas estão em construção com previsão de abertura no 2º semestre de 2015.

Via Varejo

- A receita líquida totalizou R\$ 4,3 bilhões, com queda de 21,7% em relação ao 2T14. Excluindo o efeito do fechamento de 46 lojas desde 2T14 em atendimento ao CADE, a regressão foi de 20,9%. No conceito 'mesmas lojas' a queda foi de 23,5%. No 2T15, foram abertas 18 lojas da bandeira Casas Bahia, totalizando 21 lojas abertas no ano, 95 nos últimos 12 meses e 109 lojas abertas desde o 1T14;
- A venda de televisores recuou 56,6% em relação ao 2T14, com impacto de 10 p.p. na queda de venda total do trimestre. O principal fator para esse desempenho foi a forte performance de vendas de televisores durante a Copa do Mundo de Futebol no 2T14;
- Neste cenário macro de forte retração do consumo, conforme indicado pela Pesquisa Mensal do Comércio (PMC, IBGE), a Companhia obteve ganho de market share no acumulado de Janeiro a Maio de 2015;
- Uma série de medidas adicionais foram implementadas para adequar a estrutura de despesas da empresa, abrangendo todas as áreas operacionais e administrativas, com objetivo de mitigar os efeitos da inflação nos custos fixos e a menor diluição das despesas;
- O *roll-out* dos projetos estratégicos foi acelerado (Projeto 'Crescer Mais'), composto pelas iniciativas:
 - Renovação da Categoria de Móveis: Contempla reformulação da área de vendas das lojas e renovação da linha de produtos, e já foi implantado em 30 lojas. O resultado do piloto mostra crescimento de 17 p.p. acima da média do crescimento das lojas não reformadas no 2T15. Móveis é a categoria de maior margem bruta da Companhia;
 - Renovação da Categoria de Telefonia: Contempla uma renovação completa na experiência de compra para nossos clientes, com mais experimentação e atendimento, e já foi implantado em 45 lojas. O resultado do piloto store-in-store mostra crescimento de 23 p.p. acima da média do crescimento das lojas não reformadas no 2T15.



Cnova

Os comentários abaixo são parte integrante do release de vendas da Cnova publicado em 10 de Julho de 2015.

- O GMV do trimestre totalizou € 1.154 milhões, o que representa crescimento de 25,8% em relação ao mesmo período do ano passado, considerando câmbio constante. Considerando o impacto cambial de -6,5%, o crescimento do GMV foi de 19,2%. O GMV total do Cdiscount cresceu 24,9% e o da Cnova Brasil, 26,7%, considerando taxa de câmbio constante.
 - A participação dos marketplaces no GMV total foi de 18,9%, o que corresponde a um aumento de 8,1 p.p. em relação ao segundo trimestre de 2014. No período de 12 meses encerrado em 30 de junho de 2015, o número de vendedores ativos nos marketplaces cresceu 117,6%, totalizando quase 10 mil. O número de ofertas de produtos comercializados nos marketplaces cresceu 103,6%, passando de 9,9 milhões para 20,1 milhões.
- As vendas líquidas totalizaram € 837 milhões, o que representa um crescimento de 17,5% em relação ao segundo trimestre de 2014, considerando câmbio constante. Considerando o impacto cambial negativo de -6,8%, a taxa de crescimento foi de 10,7%.
 - As vendas líquidas do Cdiscount cresceram 13,7%, diante de uma elevada base de comparação e foram impulsionadas pelas vendas das novas operações internacionais (+2,7%).
 - As vendas líquidas da Cnova Brasil cresceram 20,5% (em moeda local), apesar do cenário macroeconômico desfavorável do país. O bom resultado das vendas diretas de smartphones, eletrodomésticos e computadores foi parcialmente neutralizado pela venda estável de televisores. As vendas via dispositivos móveis foram impulsionadas pelo bem-sucedido relançamento do site mobile das Casas Bahia.
- O Tráfego de visitantes aumentou 39% em comparação com o mesmo período do ano passado. Esse crescimento resulta, principalmente:
 - do posicionamento de preços da Cnova em seus mercados;
 - do crescente sucesso da opção de entrega click-and-collect (C&C); e
 - do sólido crescimento das visitas por dispositivos móveis, que mais que duplicaram em um ano, representando atualmente 36,9% do tráfego total.
- A rede Cnova ganhou mais de 3.600 novos pontos de entrega click-and-collect no período de 12 meses começando em 1º de julho de 2014. A Cnova continua impulsionando a expansão geográfica das lojas de suas empresas controladoras (que são parte do Grupo Casino), visto que os clientes têm demonstrado preferência pela economia de custo e rapidez de entrega desta opção C&C:
 - mais de 65% dos pedidos recebidos pelo Cdiscount na França são entregues pelo sistema C&C;
 - a acelerada expansão da rede no Brasil que teve início no final de 2014, já resultou na criação de mais de 400 pontos de entrega desde o começo de 2015;
 - no final de junho de 2015, a Tailândia oferecia 457 e a Colômbia 266 pontos de entrega.
- O número de clientes ativos e de produtos vendidos registrou aumento de 22,8% e 26,3%, respectivamente, refletindo forte correlação com o crescimento do GMV dos marketplaces.

Desempenho Operacional

Consolidado

(R\$ milhões)	2T15	2T14	Δ	1S15	1S14	Δ
Receita Bruta ⁽¹⁾	17.887	16.869	6,0%	37.087	33.506	10,7%
Receita Líquida ⁽¹⁾	16.108	15.203	6,0%	33.344	30.212	10,4%
Lucro Bruto	3.845	3.938	-2,4%	7.976	7.686	3,8%
Margem Bruta	23,9%	25,9%	-2,0 p.p.	23,9%	25,4%	-1,5 p.p.
Despesas com Vendas	(2.769)	(2.512)	10,3%	(5.485)	(4.884)	12,3%
Despesas Gerais e Administrativas	(397)	(324)	22,5%	(855)	(669)	27,7%
Resultado da Equiv. Patrimonial	34	27	26,9%	62	49	26,2%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(85)	(65)	30,8%	(153)	(92)	66,0%
Despesas Operacionais Totais	(3.216)	(2.873)	11,9%	(6.431)	(5.596)	14,9%
% da Receita Líquida	20,0%	18,9%	1,1 p.p.	19,3%	18,5%	0,8 p.p.
Depreciação (Logística)	36	25	45,1%	68	50	-36,8%
EBITDA	665	1.090	-39,0%	1.613	2.139	-24,6%
Margem EBITDA	4,1%	7,2%	-3,1 p.p.	4,8%	7,1%	-2,3 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	749	1.155	-35,1%	1.766	2.232	-20,9%
Margem EBITDA Ajustada	4,7%	7,6%	-2,9 p.p.	5,3%	7,4%	-2,1 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.

A partir do 3T14 as operações internacionais da Cnova começaram a ser consolidadas no GPA. Portanto, para efeito de comparação, importante destacar que o resultado destas operações não estavam refletidas no 2T14.

A margem bruta alcançou 23,9%, no trimestre, redução de 2,0 pontos percentuais, decorrente da maior participação da Cnova e do Assaí no mix de vendas da Companhia. Em bases comparáveis, ou seja, sem considerar o resultado consolidado da Cnova (Cnova Brasil e operações internacionais) do 2T14 e 2T15, a margem bruta seria de 27,0%, patamar similar ao mesmo período do ano anterior.

As despesas com vendas, gerais e administrativas apresentaram crescimento de 11,7% se comparadas ao 2T14 principalmente decorrente da consolidação das operações internacionais da Cnova, que não eram consolidadas no 2T14, e despesas relacionadas à expansão de lojas (foram abertas 236 lojas nos últimos 12 meses). Adicionalmente, o aumento da inflação e maiores custos com energia elétrica também contribuíram para o maior nível de despesas. Em bases comparáveis, ou seja, sem considerar o resultado consolidado da Cnova (Cnova Brasil e operações internacionais) do 2T14 e 2T15, o crescimento das despesas com vendas, gerais e administrativas no trimestre foi de 4,7%, abaixo da inflação do período.

O EBITDA ajustado pelas outras despesas e receitas operacionais totalizou R\$ 749 milhões, com margem de 4,7%, e foi impactado principalmente pela menor geração de caixa operacional dos negócios Via Varejo e Cnova, decorrente do cenário de consumo mais cauteloso e maiores patamares de despesas. Em bases comparáveis, ou seja, sem considerar o resultado consolidado da Cnova (Cnova Brasil e operações internacionais) do 2T14 e 2T15, o EBITDA ajustado seria de R\$ 803 milhões, com margem de 6,1%.

Multivarejo

(R\$ milhões)	2T15	2T14	Δ	1S15	1S14	Δ
Receita Bruta ⁽¹⁾	7.050	7.034	0,2%	14.197	13.996	1,4%
Receita Líquida ⁽¹⁾	6.508	6.465	0,7%	13.113	12.893	1,7%
Lucro Bruto	1.841	1.792	2,8%	3.627	3.516	3,2%
Margem Bruta	28,3%	27,7%	0,6 p.p.	27,7%	27,3%	0,4 p.p.
Despesas com Vendas	(1.249)	(1.130)	10,5%	(2.446)	(2.206)	10,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(153)	(144)	6,3%	(308)	(303)	1,5%
Resultado da Equiv. Patrimonial	24	19	23,9%	45	35	30,0%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(76)	(57)	34,2%	(104)	(92)	12,8%
Despesas Operacionais Totais	(1.454)	(1.311)	10,9%	(2.812)	(2.566)	9,6%
% da Receita Líquida	22,3%	20,3%	2,0 p.p.	21,4%	19,9%	1,5 p.p.
Depreciação (Logística)	13	12	13,8%	26	23	-14,8%
EBITDA	401	492	-18,6%	842	973	-13,5%
Margem EBITDA	6,2%	7,6%	-1,4 p.p.	6,4%	7,5%	-1,1 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	477	549	-13,1%	945	1.065	-11,2%
Margem EBITDA Ajustada	7,3%	8,5%	-1,2 p.p.	7,2%	8,3%	-1,1 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

No 2T15 o Multivarejo manteve os esforços em competitividade de preços, principalmente na bandeira Extra. O aumento na margem bruta de 0,6 ponto percentual foi decorrente, principalmente, de melhores negociações comerciais. Adicionalmente, a estrutura multiformato do Multivarejo também contribuiu para compensar os esforços em preço da bandeira Extra através do aumento da participação dos formatos com maior margem, como Pão de Açúcar, Minimercado Extra e Minuto Pão de Açúcar, além do crescimento da receita de locação de galerias comerciais.

As despesas com vendas, gerais e administrativas aumentaram 10,0% em relação ao 2T14 e foram impactadas principalmente pelo aumento da inflação, maiores custos com energia elétrica e também despesas relacionadas à expansão de lojas (foram abertas 132 lojas nos últimos 12 meses).

Desde o final do 2T15, a Companhia vem implementando iniciativas para adequar o nível de despesas nos próximos trimestres, tanto nas áreas operacionais como nas administrativas, com o objetivo de mitigar os efeitos da inflação e demais despesas. Dentre as iniciativas podemos destacar:

- Adequação de *headcount* nas áreas administrativas;
- Revisão de benefícios para executivos;
- Renegociação de contratos de terceiros;
- Otimização dos investimentos em mídia;
- Sinergias do Grupo: otimização e centralização de contratos; logística; TI; multicanalidade; centro de serviços compartilhado; e iniciativas em eficiência energética.

O EBITDA ajustado alcançou R\$ 477 milhões, com margem de 7,3%. As outras despesas e receitas operacionais no trimestre estão relacionadas à reestruturação, passivos indenizatórios e baixa de ativos imobilizados.

Assaí

(R\$ milhões)	2T15	2T14	Δ	1S15	1S14	Δ
Receita Bruta	2.646	2.099	26,1%	5.143	4.070	26,3%
Receita Líquida	2.445	1.947	25,6%	4.756	3.778	25,9%
Lucro Bruto	337	270	24,8%	651	513	27,0%
Margem Bruta	13,8%	13,9%	-0,1 p.p.	13,7%	13,6%	0,1 p.p.
Despesas com Vendas	(234)	(184)	27,0%	(451)	(354)	27,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(27)	(20)	33,3%	(56)	(40)	38,3%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	4	0	n.a	3	(0)	n.a
Despesas Operacionais Totais	(257)	(204)	25,6%	(503)	(395)	27,4%
% da Receita Líquida	10,5%	10,5%	0,0 p.p.	10,6%	10,4%	0,2 p.p.
Depreciação (Logística)	1	1	92,0%	2	1	125,7%
EBITDA	81	66	23,1%	151	119	26,4%
Margem EBITDA	3,3%	3,4%	-0,1 p.p.	3,2%	3,2%	0,0 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽¹⁾	77	66	16,9%	147	119	23,3%
Margem EBITDA Ajustada	3,2%	3,4%	-0,2 p.p.	3,1%	3,2%	-0,1 p.p.

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

Por mais um trimestre o Assaí apresentou forte crescimento das vendas líquidas de 25,6%, totalizando R\$ 2,445 bilhões. O desempenho foi decorrente do crescimento 'mesmas lojas' acima da inflação, aumento do fluxo de clientes e abertura de 9 lojas nos últimos 12 meses. Vale destacar que, aliado ao expressivo crescimento orgânico, o Assaí vem apresentando ganhos de market share no ano. Adicionalmente, 7 lojas novas estão em construção com previsão de abertura no 2º semestre de 2015.

A margem bruta permaneceu praticamente estável em relação ao mesmo período do ano anterior. As despesas com vendas, gerais e administrativas representaram 10,7% das vendas líquidas, pequena elevação em relação ao ano anterior, mesmo diante da pressão nos custos relacionados à inflação e demais reajustes nos custos fixos.

O EBITDA ajustado pelas outras receitas e despesas operacionais totalizou R\$ 77 milhões no trimestre, crescimento de 16,9% em relação ao 2T14. A margem EBITDA alcançou 3,2%, patamar similar ao registrado no ano anterior, mesmo diante dos impactos relacionados à expansão de lojas nos últimos 12 meses (9 lojas novas).

Via Varejo ⁽¹⁾

(R\$ milhões)	2T15	2T14	Δ	1S15	1S14	Δ
Receita Bruta	4.863	6.272	-22,5%	10.948	12.510	-12,5%
Receita Líquida	4.307	5.508	-21,8%	9.678	10.951	-11,6%
Lucro Bruto	1.407	1.731	-18,7%	3.186	3.406	-6,5%
Margem Bruta	32,7%	31,4%	1,3 p.p.	32,9%	31,1%	1,8 p.p.
Despesas com Vendas	(1.084)	(1.116)	-2,9%	(2.188)	(2.191)	-0,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(99)	(123)	-18,9%	(253)	(252)	0,2%
Resultado da Equiv. Patrimonial	10	8	26,7%	17	14	16,8%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	26	(9)	n.a	32	(1)	n.a
Despesas Operacionais Totais	(1.146)	(1.239)	-7,5%	(2.392)	(2.430)	-1,6%
% da Receita Líquida	26,6%	22,5%	4,1 p.p.	24,7%	22,2%	2,5 p.p.
Depreciação (Logística)	14	9	58,0%	28	20	-37,2%
EBITDA	275	501	-45,0%	821	996	-17,5%
Margem EBITDA	6,4%	9,1%	-2,7 p.p.	8,5%	9,1%	-0,6 p.p.
EBITDA Ajustado ⁽²⁾	249	509	-51,2%	789	997	-20,8%
Margem EBITDA Ajustada	5,8%	9,2%	-3,4 p.p.	8,2%	9,1%	-0,9 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.

A margem bruta apresentou crescimento de 1,3 ponto percentual no trimestre, mesmo em cenário macro de forte retração do consumo, como resultado de: i) novas fontes de receita provenientes de entregas e montagens e também ganhos de sinergia com outras empresas do grupo; ii) iniciativas de eficiência em logística e montagem realizadas ao longo do ano de 2014, com maturação e impacto integral em 2015; e iii) mix de vendas, com redução da participação de televisores.

Durante o 2T15, uma série de medidas adicionais foram implementadas para adequar a estrutura de despesas da empresa, com o objetivo de mitigar a pressão inflacionária e menor diluição de despesas fixas. Dentre elas estão:

- Adequação do *headcount*, com redução de aproximadamente 4.800 posições em lojas, montadores, CDs e administrativo;
- Otimização de custos de ocupação: aluguéis, condomínios, contas públicas e serviços gerais;
- Otimização dos investimentos em marketing;
- Aprimoramento de roteirização, abastecimento de lojas e redução de horas extras nos CDs;
- Fechamento de lojas com altos custos operacionais e margem de contribuição negativa;
- Melhorias de custos em contratos com terceiros, tais como segurança e manutenção.

A redução significativa das vendas e a alta inflação acumulada no período provocaram um impacto nas diluição das despesas fixas, que resultou em um crescimento das despesas operacionais totais em relação a venda líquida de 4,1 pontos percentuais no 2T15.

O EBITDA ajustado foi de R\$ 249 milhões no trimestre, com margem de 5,8%.

Os comentários abaixo são parte integrante do release de resultados da Cnova publicado em 22 de Julho de 2015. Os valores estão expressados em Euros, que é a moeda funcional desta entidade, e referem-se aos resultados consolidados da Cnova N.V em bases comparáveis (as operações internacionais da Cnova estão refletidas no 2T14).

Cnova						
(Não auditado, € milhões)	2T15	1T15	2T14	Varição ao ano	Δ França e Brasil*	
				(Apresentado)	Δ vs. 1T15	Δ vs. 2T14
Gross Merchandise Value (GMV)¹	1 154,1	1 248,2	967,8	+19,2%/+25,8%**	-7,5%	+18,2%
Vendas líquidas	836,7	915,5	755,9	+10,7%/+17,5%**	-8,7%	+9,5%
Lucro bruto	107,6	113,2	106,7	+0,8%/+6,9%**	-4,7%	+1,7%
França e Brasil*	108,6	113,9	106,7	+1,7%	-4,7%	+1,7%
% vendas líquidas	13,1%	12,6%	14,1%	-1,0 p.p.	0,5 p.p.	-1,0 p.p.
Novos países ²	(1,0)	(0,7)	-			
Despesas com Vendas, Gerais e Adm. (SG&A)	(131,3)	(141,2)	(98,0)	+34,0%	-10,1%	+25,5%
França e Brasil*	(123,0)	(136,7)	(98,0)	+25,5%	-10,1%	+25,5%
% vendas líquidas	-14,9%	-15,1%	-13,0%	-1,9 p.p.	0,2 p.p.	-1,9 p.p.
Novos países ²	(8,3)	(4,4)	-			
EBITDA operacional³	(13,2)	(18,2)	16,3	-180,9%	-66,9%	-126,8%
França e Brasil*	(4,4)	(13,2)	16,3	-126,8%	-66,9%	-126,8%
% vendas líquidas	-0,5%	-1,5%	+2,2%	-2,7 p.p.	0,9 p.p.	-2,7 p.p.
Novos países ²	(8,8)	(5,0)	-			
Lucro operacional antes de outras despesas (EBIT)⁴	(23,7)	(28,0)	8,7	-370,9%	-15,5%	-264,6%
França e Brasil*	(14,4)	(22,9)	8,7	-264,6%	-37,1%	-264,6%
% vendas líquidas	-1,7%	-2,5%	1,2%	-2,9 p.p.	0,8 p.p.	-2,9 p.p.
Novos países ²	(9,3)	(5,1)	-			
Lucro (prejuízo) líquido	(40,2)	(40,6)	(21,3)	+89,1%	-4,0%	+51,0%
% vendas líquidas	-4,8%	-4,4%	-2,8%			
Lucro por ação ajustado (em Euros)	(0,06)	(0,06)	(0,02)			
Varição do capital de giro operacional^{5***}	129,3	160,2	73,7	+55,6		
Fluxo de caixa livre^{6***}	27,8	91,6	65,2	-37,4		
Caixa líq./ (Dívida fin. Líq.)⁷ (fim do período)	36,3	70,8	(112,9)	+149,2		

* Inclui França, Brasil e Corporativo ** Câmbio constante *** Últimos 12 meses

1) Gross Merchandise Volume (GMV) = venda de mercadorias + outras receitas + vendas realizadas nas plataformas marketplace (calculadas com base nos pedidos aprovados e entregues) + impostos.

2) Novos países: Colômbia, Equador, Panamá, Tailândia, Vietnã, Costa do Marfim, Senegal, Camarões, Burkina Fasso

3) O EBITDA operacional corresponde ao lucro (ou prejuízo) operacional antes de custos e despesas de reestruturação, litígios, despesas com oferta pública inicial, ganho (ou perda) decorrente de ativos não correntes ou deterioração de ativos, depreciação, antes de despesas com depreciação e amortização e remuneração baseada em ações.

4) Lucro (ou prejuízo) operacional antes de custos e despesas de reestruturação, litígios, despesas com oferta pública inicial, ganho (ou perda) decorrente de ativos não correntes ou deterioração de ativos.

5) A variação no capital de giro operacional é calculada com base na soma dos estoques, contas Fornecedores e contas a receber e outros itens (ver Demonstrações de Fluxo de Caixa).

6) Caixa líquido proveniente de (usado em) atividades operacionais, menos CAPEX (ver Demonstrações de Fluxo de Caixa).

7) Cálculo da soma de (i) caixa e equivalentes de caixa; (ii) saldos de conta corrente fornecidos pela Cnova ou suas filiais ao Grupo Casino, em conformidade com a estrutura de cash pooling, menos as despesas financeiras. Mais informações na seção "Reconciliações não GAAP".

8) França e Brasil incluem despesas do Corporativo

A França e o Brasil⁸ apresentaram uma melhoria considerável em seus respectivos resultados financeiros:

- Vendas líquidas cresceram 13,7% na França e 20,5% no Brasil em câmbio constante.
- O Lucro bruto da França e do Brasil⁸ foi de €109 milhões, com margem bruta de 13,1% (vs. 12,6% no 1T15). O atual nível de preços está estável e adaptado ao ambiente comercial em ambos os países.



- O SG&A como percentual das vendas líquidas reduziu para 14,9% comparado a 15,1% no 1T15. Os investimentos feitos no 1T15 em expansão da capacidade de armazenagem de centros de distribuição no Brasil e na França têm permitido que o Grupo mantenha seu ritmo com sua seleção de produtos em expansão e continue a melhorar seus serviços de entrega ao cliente.
 - Despesas relacionadas à execução de pedidos aumentaram para 8,3% das vendas no 2T15 vs. 7,8% no 1T15 e 6,6% no 2T14 como resultado de:
 - Crescimento acelerado do marketplace;
 - Mudança no mix de produtos, com forte aumento de eletrodomésticos de grande volume e móveis;
 - Dobro do número de pick-up points no Brasil: 516 pontos de entrega ao final de Junho de 2015, frente aos 210 pontos de entrega ao final de Março de 2015. Expansão acelerada, com o lançamento, no 3T15, de mais de 400 pontos de entrega
 - Tecnologia e conteúdo representaram 2,7% das vendas no 2T15, abaixo dos 2,9% no 1T15 e estável comparado ao 2T14. As despesas G&A representaram 1,8% das vendas no 2T15, abaixo dos 2,2% no 1T15 e acima do 1,6% no 2T14.
 - No Cdiscount, as despesas de SG&A do 2T15 foram impactadas pelo lançamento de cinco novos sites especializados em 2015: Comptoirdesparfums.com (cosméticos de luxo) e Cornerliterie.com (cama), inaugurados em Julho, bem como MonCornerKids.com e MonCornerJardin.com (jardinagem), inaugurados em Abril e Cornerhomme.com inaugurado em Maio.
- A margem EBITDA operacional aumentou de 0,9 ponto percentual.
- A margem EBIT operacional melhorou 0,8 ponto percentual em comparação ao trimestre anterior.

A expansão internacional contribuiu para o aumento do GMV e das vendas líquidas graças ao início das operações na África, na América Latina e no Sudeste Asiático. Os investimentos nestas operações influenciaram os resultados líquidos, como esperado e de acordo com o plano de expansão da Companhia.

Considerando os últimos 12 meses:

- O Capital de giro operacional melhorou em € 55,6 milhões.
- O CAPEX aumentou em € 29,4 milhões, principalmente devido a investimentos em TI em mecanismos de busca e plataformas para dispositivos móveis. No 1º semestre de 2015, o CAPEX representou 2,6% das vendas líquidas em comparação a 2,1% no 1º semestre de 2014.
- O Fluxo de caixa livre (FCF) totalizou € 27,8 milhões e € 42 milhões excluindo o efeito do câmbio.

O Grupo vem mirando novas medidas para otimizar as despesas operacionais:

- Melhoria contínua da produtividade logística no Brasil e na França;
- Renegociação dos contratos;
- Otimização em despesas de tecnologia e conteúdo no Brasil e na França;
- Redução em despesas com pessoal;
- Redução de custos com serviços externos.

Os fundamentos das atividades do Grupo se mantêm sólidos: no 2º semestre de 2015, o GMV deverá continuar a crescer em ritmo equivalente ao registrado no 1º semestre de 2015. A Cnova prevê, para o 2º semestre de 2015, um aumento de 17,5% (± 1,5%) nas vendas líquidas, considerando câmbio constante, em linha com o desempenho das vendas líquidas registrado no 2T15.

Endividamento

Consolidado

(R\$ milhões)	30.06.2015	30.06.2014
Dívida de Curto Prazo	(2.462)	(2.434)
Empréstimos e Financiamentos	(781)	(1.054)
Debêntures	(1.681)	(1.380)
Dívida de Longo Prazo	(3.750)	(3.273)
Empréstimos e Financiamentos	(2.854)	(1.673)
Debêntures	(897)	(1.600)
Total da Dívida Bruta	(6.213)	(5.706)
Caixa e Aplicações Financeiras	6.811	5.379
Caixa (Dívida) Líquido	599	(327)
EBITDA ⁽¹⁾	4.404	4.482
Caixa (Dívida) Líquido / EBITDA ⁽¹⁾	0,14x	-0,07x
Carnês - Financiamento ao Consumidor - curto prazo	(2.311)	(2.624)
Carnês - Financiamento ao Consumidor - longo prazo	(99)	(122)
Dívida Líquida incluindo Carnês - Financiamento ao Consumidor	(1.811)	(3.074)
Dívida Líquida com Carnês / EBITDA ⁽¹⁾	-0,41x	-0,69x

(1) EBITDA acumulado dos últimos 12 meses.

A dívida líquida da Companhia, incluindo a operação de carnês, totalizou R\$ 1,811 bilhão ao final de junho de 2015 contra R\$ 3,074 bilhões ao final de junho em 2014, uma melhora de R\$ 1,263 bilhão. A relação Dívida Líquida com carnês/EBITDA passou de 0,69x no 2T14 para 0,41x no 2T15.

A melhora da dívida líquida é reflexo dos esforços positivos de capital de giro, que apresentou melhora de 12,5 dias⁽²⁾ na abertura entre estoque e fornecedores no trimestre.

Importante mencionar o alongamento do prazo da dívida, incluindo a operação de carnês, superior em 263 dias se comparado a 30 de junho de 2014.

(2) Em dias de CMV.



Resultado Financeiro

Consolidado						
(R\$ milhões)	2T15	2T14	Δ	1S15	1S14	Δ
Receitas Financeiras	236	154	53,0%	452	333	35,6%
Despesas Financeiras	(649)	(515)	26,0%	(1.147)	(1.033)	11,0%
Resultado Financeiro Líquido	(413)	(361)	14,4%	(695)	(700)	-0,7%
% da Receita Líquida	2,6%	2,4%	0,2 p.p.	2,1%	2,3%	-0,2 p.p.
Composição do Resultado Financeiro Líquido	(413)	(361)	14,4%	(695)	(700)	-0,7%
Encargos sobre Dívida Bancária Líquida	(160)	(62)	158,1%	(244)	(107)	128,0%
Custo do Desconto de Recebíveis de Carnê	(79)	(83)	-4,8%	(167)	(164)	1,8%
Custo da Venda de Recebíveis de Cartão	(228)	(182)	25,3%	(319)	(365)	-12,6%
Atualização de Outros Ativos e Passivos	54	(34)	-258,8%	35	(64)	-154,7%

O resultado financeiro líquido totalizou R\$ 413 milhões, aumento de 14,4% no trimestre, abaixo do crescimento da taxa de juros (medido pelo CDI médio) de 21,6% entre o 2T14 e o 2T15.

As principais variações no resultado financeiro foram:

- Aumento de R\$ 98 milhões nos encargos sobre a dívida bancária líquida, impactado pelo menor nível de caixa médio do período, principalmente em função da redução da frequência de venda de recebíveis;
- Redução de R\$ 4 milhões no custo da antecipação de recebíveis de carnê em função do menor volume antecipado, como consequência da redução do patamar de vendas da Via Varejo no trimestre;
- Aumento de R\$ 46 milhões no custo da venda de recebíveis de cartão, crescimento em linha com o aumento do CDI no período;
- A variação da linha Atualização de Outros Ativos e Passivos está relacionada à correção monetária de impostos a recuperar.



Lucro Líquido

Consolidado

(R\$ milhões)	2T15	2T14	Δ	1S15	1S14	Δ
EBITDA	665	1.090	-39,0%	1.613	2.139	-24,6%
Depreciação (Logística)	(36)	(25)	45,1%	(68)	(50)	36,8%
Depreciação e Amortização	(240)	(191)	25,5%	(471)	(383)	23,2%
Resultado Financeiro	(413)	(361)	14,4%	(695)	(700)	-0,7%
Lucro (Prejuízo) Operacional antes de IR	(25)	512	n.a	379	1.006	-62,4%
Imposto de Renda	(5)	(154)	-97,1%	(157)	(310)	-49,5%
Lucro (Prejuízo) Líquido Companhia	(30)	358	n.a	222	697	-68,1%
Margem Líquida	-0,2%	2,4%	-2,6 p.p.	0,7%	2,3%	-1,6 p.p.
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores	60	264	-77,3%	252	508	-50,4%
Margem Líquida - Acionista Controladores	0,4%	1,7%	-1,3 p.p.	0,8%	1,7%	-0,9 p.p.
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(85)	(65)	30,8%	(153)	(92)	66,0%
IR sobre Outras Despesas e Receitas Operacionais e IR Não Recorrente	12	15	-22,6%	21	20	7,8%
Lucro Líquido Companhia Ajustado ⁽¹⁾	43	407	-89,4%	354	770	-54,1%
Margem Líquida Ajustada	0,3%	2,7%	-2,4 p.p.	1,1%	2,5%	-1,4 p.p.
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores Ajustado ⁽¹⁾	122	304	-60,0%	348	575	-39,5%
Margem Líquida Ajustada	0,8%	2,0%	-1,2 p.p.	1,0%	1,9%	-0,9 p.p.

(1) EBITDA Ajustado pela linha "Outras Despesas e Receita Operacionais", eliminando, dessa forma, receita e despesas extraordinárias.

O resultado da Companhia, que a partir do 3T14 passou a consolidar as operações internacionais da Cnova, foi negativo em R\$ 30 milhões no 2T15. Esse resultado foi impactado pela menor geração de caixa operacional do período, principalmente em função dos resultados de Cnova e Via Varejo. Além disso, o ambiente macroeconômico; maiores patamares de despesas, que sofreram reajustes em linha ou acima da inflação; e o crescimento da taxa de juros, medida pelo CDI médio, contribuíram para o resultado do período. O lucro líquido dos acionistas controladores ajustado pelas outras despesas e receitas operacionais totalizou R\$ 122 milhões, com margem líquida de 0,8%.

Em bases comparáveis, ou seja, sem considerar o resultado consolidado da Cnova (Cnova Brasil e operações internacionais) do 2T14 e 2T15, o lucro líquido da Companhia alcançou R\$ 123 milhões, com margem líquida de 0,9%.



Fluxo de caixa simplificado

Consolidado

(R\$ milhões)	2T15	2T14	1S15	1S14
Caixa no início do período	6.145	5.350	11.149	8.367
Fluxo de caixa das atividades operacionais	2.181	1.091	(2.459)	(722)
EBITDA	665	1.090	1.613	2.139
Custo da antecipação de recebíveis	(307)	(265)	(486)	(529)
Capital de giro	1.839	234	(2.479)	(2.054)
Var. outros ativos e passivos	(16)	32	(1.107)	(278)
Fluxo de caixa das atividades de investimentos	(466)	(296)	(945)	(561)
Investimento líquido	(466)	(296)	(952)	(561)
Aquisições e outros	-	-	7	-
Variação de caixa após investimentos	1.715	795	(3.404)	(1.283)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento	(1.046)	(788)	(936)	(1.728)
Dividendos e outros	(358)	(186)	(358)	(186)
Pagamentos líquidos	(688)	(602)	(578)	(1.542)
Variação de caixa no período	668	6	(4.340)	(3.011)
Variação cambial	(2)	-	2	-
Caixa no final do período	6.811	5.356	6.811	5.356
Caixa (Dívida) líquido	599	(327)	599	(327)

A Companhia encerrou o 2T15 com caixa de R\$ 6,811 bilhões, um aumento de R\$ 1,455 bilhão em relação ao final do 2T14. Contribuíram para essa melhora de caixa os seguintes fatores nos últimos 12 meses:

- (i) otimização de 12,5 dias⁽¹⁾ na abertura entre estoque e fornecedores;
- (ii) recursos provenientes da emissão de debêntures e IPO da Cnova ocorridos no segundo semestre de 2014;

Os fatores acima possibilitaram o encerramento do trimestre com um caixa líquido de R\$ 599 milhões, comparado a uma dívida líquida de R\$ 327 milhões no mesmo período do ano anterior.

(1) Em dias de CMV.



Investimentos (Capex)

(R\$ milhões)	Consolidado						Alimentar			Via Varejo		
	2T15	2T14	Δ	1S15	1S14	Δ	2T15	2T14	Δ	2T15	2T14	Δ
Novas Lojas e Aquisição de Terrenos	122	114	7,1%	259	222	16,7%	101	87	16,7%	21	27	-23,3%
Reformas e Conversões de Lojas	169	60	180,4%	293	130	124,8%	136	46	194,7%	33	14	133,8%
Infraestrutura e Outros	249	143	73,5%	439	242	81,5%	108	78	38,4%	66	23	185,1%
Efeitos não caixa												
Financiamento de Imobilizado	(69)	(6)	1016,8%	(4)	(6)	n.a.	(49)	(6)	695,3%	(20)	-	n.a.
Total	470	311	51,0%	986	587	67,9%	295	204	44,4%	101	65	54,9%

No 2T15, os investimentos consolidados totalizaram R\$ 470 milhões, valor 51% superior ao 2T14, sendo 63% do investimento total no segmento Alimentar e 21% na Via Varejo.

No trimestre, a Companhia inaugurou 50 novas lojas, sendo 24 Minimercado Extra, 7 Minuto Pão de Açúcar, 1 Extra Supermercado e 18 lojas da Casas Bahia.

Em linha com a estratégia de renovação de lojas da Companhia, no segmento alimentar foram modernizadas 24 lojas da bandeira Extra, sendo 22 hipermercados e 2 supermercados, remodelados a fim de oferecerem novo conceito de compra através da revisão de *layout*, sortimento de produtos e serviços prestado ao cliente. As lojas modernizadas estão sendo monitoradas para avaliação de *roll-out*.

Na Via Varejo, o *roll-out* do projeto estratégico 'Crescer Mais' foi acelerado através das seguintes iniciativas: i) renovação da categoria de móveis em 30 lojas, que passaram por reformulação da área de vendas e renovação da linha de produtos; ii) renovação da categoria de Telefonia em 45 lojas, com maior atendimento e experimentação dos produtos; iii) fortalecimento da bandeira Ponto Frio, com melhorias operacionais, otimização de serviços financeiros e conversão de lojas com posicionamento mais adequado à Casas Bahia. Até o início de Julho, 36 lojas foram convertidas para Casas Bahia.



Dividendos

Dividendos 2T15

Em reunião do Conselho de Administração realizada em 28 de julho de 2015 foi aprovado o pagamento de dividendos intermediários com base nos lucros apurados em balanço levantado em 30 de junho 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 28 de julho de 2015. A partir do dia 29 de julho de 2015, as ações serão negociadas sem direito aos dividendos ("ex-dividendos"). O pagamento dos dividendos será realizado no dia 07 de agosto de 2015.



Anexo I - Definições usadas nesse documento

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

Alimentar			Não Alimentar	
Varejo 	Supermercados	  	Lojas Físicas 	
	Hipermercados			
	Proximidade	 		
	Postos e Drogarias	 		
	GPA Malls			
	Atacado de Autoserviço	Atacado de Autoserviço 		
			Comércio Eletrônico	
				

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		
	30.06.2015	31.03.2015	30.06.2014	30.06.2015	31.03.2015	30.06.2014
Ativo Circulante	19.482	21.297	15.669	7.041	8.381	6.407
Caixas e Equivalentes de Caixa e Aplicações Financeiras	6.811	6.145	5.379	2.408	3.388	2.307
Contas a Receber	2.662	4.582	2.497	151	222	158
Cartões de Créditos	172	1.761	273	39	67	58
Carnês - Financiamento ao Consumidor	1.987	2.154	2.259	-	-	-
Tickets e Outros	692	768	174	104	117	79
Provisão para Devedores Duvidosos	(331)	(328)	(231)	(1)	(1)	(1)
Provenientes de Acordos Comerciais	142	227	22	9	39	22
Estoques	8.250	8.936	6.464	3.852	4.075	3.468
Tributos a Recuperar	991	865	760	213	200	174
Ativos Disponíveis para Venda	22	21	26	8	8	8
Dividendos a receber	27	27	-	19	26	-
Despesas Antecipadas e Outras Contas a Receber	719	721	544	390	462	292
Ativo Não Circulante	22.155	21.830	19.793	15.624	15.517	15.373
Realizável a Longo Prazo	5.048	4.999	4.549	2.057	2.132	2.483
Contas a Receber	78	86	97	-	-	-
Carnês - Financiamento ao Consumidor	87	94	106	-	-	-
Provisão para Devedores Duvidosos	(9)	(8)	(9)	-	-	-
Estoques	-	172	172	-	172	172
Impostos a Recuperar	2.507	2.350	1.583	555	498	371
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	500	505	870	84	95	351
Partes Relacionadas	357	333	204	195	178	395
Depósitos para Recursos Judiciais	945	880	883	578	537	528
Despesas Antecipadas e Outros	661	673	738	644	652	666
Investimentos	482	447	359	313	277	243
Imobilizado	10.023	9.832	9.187	8.482	8.350	7.913
Intangível	6.602	6.552	5.699	4.771	4.757	4.735
TOTAL DO ATIVO	41.637	43.127	35.462	22.665	23.898	21.780
PASSIVO						
	Consolidado			Alimentar		
	30.06.2015	31.03.2015	30.06.2014	30.06.2015	31.03.2015	30.06.2014
Passivo Circulante	19.213	20.833	14.597	6.812	8.128	6.499
Fornecedores	10.231	10.999	6.753	3.662	3.632	2.936
Empréstimos e Financiamentos	781	806	1.054	418	758	997
CDCI	2.311	2.526	2.624	-	-	-
Debêntures	1.681	2.498	1.380	1.260	2.090	962
Salário e Encargos Sociais	805	926	850	432	490	412
Impostos e Contribuições a Recolher	684	652	769	166	158	326
Dividendos Propostos	1	321	1	1	195	1
Financiamento Compra de Imóveis	72	37	46	72	37	46
Aluguéis a Pagar	92	104	66	69	70	66
Aquisição de Participação de Acionistas Não Controladores	77	75	72	77	75	72
Partes Relacionadas	1.286	924	23	316	382	395
Propaganda	78	64	71	34	25	32
Provisão para Reestruturação	8	-	4	6	-	4
Receitas Antecipadas	311	236	141	119	54	35
Outros	795	665	741	180	163	215
Passivo Não Circulante	7.767	7.577	7.452	5.997	6.002	5.842
Empréstimos e Financiamentos	2.854	2.523	1.673	2.431	2.367	1.517
CDCI	99	113	122	-	-	-
Debêntures	897	896	1.600	897	896	1.200
Financiamento Compras de Ativos	4	4	8	4	4	8
Aquisição de Participação de Acionistas Não Controladores	62	61	118	62	61	118
Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos	1.214	1.181	1.042	1.185	1.178	1.039
Impostos Parcelados	587	609	974	587	609	936
Provisão para Demandas Judiciais	1.310	1.370	1.346	760	747	831
Receitas Antecipadas	690	777	483	36	104	108
Outros	51	43	85	35	35	85
Patrimônio Líquido	14.657	14.717	13.413	9.857	9.767	9.439
Capital Social	6.805	6.793	6.786	4.708	4.639	5.059
Reservas de Capital	291	286	257	291	287	257
Reservas de Lucro	3.714	3.692	2.952	3.714	3.684	2.952
Ajuste de avaliação patrimonial	(11)	(5)	-	(11)	1	-
Participação de Acionistas não Controladores	3.858	3.951	3.418	1.154	1.157	1.171
TOTAL DO PASSIVO E PATRIMÔNIO LÍQUIDO	41.637	43.127	35.462	22.665	23.898	21.780

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO

	Consolidado			Alimentar			Multivarejo			Assaí			Via Varejo		
	2T15	2T14	Δ	2T15	2T14	Δ	2T15	2T14	Δ	2T15	2T14	Δ	2T15	2T14	Δ
R\$ - Milhões															
Receita Bruta ⁽¹⁾	17.887	16.869	6,0%	9.696	9.133	6,2%	7.050	7.034	0,2%	2.646	2.099	26,1%	4.863	6.272	-22,5%
Receita Líquida ⁽¹⁾	16.108	15.203	6,0%	8.953	8.412	6,4%	6.508	6.465	0,7%	2.445	1.947	25,6%	4.307	5.508	-21,8%
Custo das Mercadorias Vendidas	(12.227)	(11.240)	8,8%	(6.760)	(6.338)	6,7%	(4.654)	(4.662)	-0,2%	(2.107)	(1.676)	25,7%	(2.885)	(3.768)	-23,4%
Depreciação (Logística)	(36)	(25)	45,1%	(14)	(12)	18,0%	(13)	(12)	13,8%	(1)	(1)	92,0%	(14)	(9)	58,0%
Lucro Bruto	3.845	3.938	-2,4%	2.178	2.062	5,7%	1.841	1.792	2,8%	337	270	24,8%	1.407	1.731	-18,7%
Despesas com Vendas	(2.769)	(2.512)	10,3%	(1.483)	(1.314)	12,8%	(1.249)	(1.130)	10,5%	(234)	(184)	27,0%	(1.084)	(1.116)	-2,9%
Despesas Gerais e Administrativas	(397)	(324)	22,5%	(180)	(164)	9,6%	(153)	(144)	6,3%	(27)	(20)	33,3%	(99)	(123)	-18,9%
Resultado da Equiv. Patrimonial	34	27	26,9%	24	19	23,9%	24	19	23,9%	-	-	0,0%	10	8	26,7%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(85)	(65)	30,8%	(72)	(57)	27,0%	(76)	(57)	34,2%	4	0	n.a	26	(9)	n.a
Total das Despesas Operacionais	(3.216)	(2.873)	11,9%	(1.711)	(1.516)	12,9%	(1.454)	(1.311)	10,9%	(257)	(204)	25,6%	(1.146)	(1.239)	-7,5%
Depreciação e Amortização	(240)	(191)	25,5%	(169)	(154)	9,5%	(145)	(135)	7,2%	(24)	(19)	26,5%	(45)	(34)	32,1%
EBIT - Lucro oper. antes do result. financeiro e impostos	388	873	-55,6%	298	392	-23,8%	242	345	-29,8%	56	46	20,8%	217	458	-52,7%
Receitas Financeiras	236	154	53,0%	111	80	38,3%	106	76	39,3%	5	4	19,2%	112	88	26,6%
Despesas Financeiras	(649)	(515)	26,0%	(281)	(223)	26,4%	(257)	(206)	25,1%	(24)	(17)	42,0%	(299)	(255)	17,3%
Resultado Financeiro Líquido	(413)	(361)	14,4%	(171)	(143)	19,7%	(151)	(130)	16,7%	(19)	(13)	49,0%	(188)	(167)	12,3%
Lucro Operacional Antes I.R.	(25)	512	n.a	128	249	-48,6%	91	216	-57,7%	37	33	9,8%	29	291	-90,1%
Imposto de Renda	(5)	(154)	-97,1%	(26)	(67)	-60,8%	(14)	(56)	-74,8%	(12)	(11)	13,9%	(7)	(96)	-92,2%
Lucro Líquido Companhia	(30)	358	n.a	102	182	-44,1%	77	160	-51,8%	24	22	12,8%	21	195	-89,0%
Participação de Acionistas Não Controladores	(90)	94	n.a	(4)	(11)	-65,6%	(4)	(11)	-65,6%	-	-	0,0%	12	110	-89,0%
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores⁽²⁾	60	264	-77,3%	105	193	-45,3%	81	171	-52,6%	24	22	12,8%	9	84	-89,0%
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	665	1.090	-39,0%	482	558	-13,6%	401	492	-18,6%	81	66	23,1%	275	501	-45,0%
EBITDA Ajustado⁽³⁾	749	1.155	-35,1%	554	615	-9,9%	477	549	-13,1%	77	66	16,9%	249	509	-51,2%

	Consolidado		Alimentar		Multivarejo		Assaí		Via Varejo	
	2T15	2T14	2T15	2T14	2T15	2T14	2T15	2T14	2T15	2T14
% da Receita Líquida										
Lucro Bruto	23,9%	25,9%	24,3%	24,5%	28,3%	27,7%	13,8%	13,9%	32,7%	31,4%
Despesas com Vendas	17,2%	16,5%	16,6%	15,6%	19,2%	17,5%	9,6%	9,5%	25,2%	20,3%
Despesas Gerais e Administrativas	2,5%	2,1%	2,0%	1,9%	2,3%	2,2%	1,1%	1,0%	2,3%	2,2%
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,4%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	0,5%	0,4%	0,8%	0,7%	1,2%	0,9%	0,2%	0,0%	0,6%	0,2%
Total de despesas Operacionais	20,0%	18,9%	19,1%	18,0%	22,3%	20,3%	10,5%	10,5%	26,6%	22,5%
Depreciação e Amortização	1,5%	1,3%	1,9%	1,8%	2,2%	2,1%	1,0%	1,0%	1,0%	0,6%
EBIT	2,4%	5,7%	3,3%	4,7%	3,7%	5,3%	2,3%	2,4%	5,0%	8,3%
Resultado Financeiro Líquido	2,6%	2,4%	1,9%	1,7%	2,3%	2,0%	0,8%	0,7%	4,4%	3,0%
Lucro antes do I.R.	0,2%	3,4%	1,4%	3,0%	1,4%	3,3%	1,5%	1,7%	0,7%	5,3%
Imposto de Renda	0,0%	1,0%	0,3%	0,8%	0,2%	0,9%	0,5%	0,6%	0,2%	1,8%
Lucro Líquido Companhia	-0,2%	2,4%	1,1%	2,2%	1,2%	2,5%	1,0%	1,1%	0,5%	3,5%
Partic. de acionistas não controladores	-0,6%	0,6%	0,0%	-0,1%	-0,1%	-0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	2,0%
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores⁽²⁾	0,4%	1,7%	1,2%	2,3%	1,2%	2,6%	1,0%	1,1%	0,2%	1,5%
EBITDA	4,1%	7,2%	5,4%	6,6%	6,2%	7,6%	3,3%	3,4%	6,4%	9,1%
EBITDA Ajustado⁽³⁾	4,7%	7,6%	6,2%	7,3%	7,3%	8,5%	3,2%	3,4%	5,8%	9,2%

(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

	Consolidado			Alimentar			Multivarejo			Assaí			Via Varejo		
	1S15	1S14	Δ	1S15	1S14	Δ	1S15	1S14	Δ	1S15	1S14	Δ	1S15	1S14	Δ
R\$ - Milhões															
Receita Bruta ⁽¹⁾	37.087	33.506	10,7%	19.340	18.066	7,0%	14.197	13.996	1,4%	5.143	4.070	26,3%	10.948	12.510	-12,5%
Receita Líquida ⁽¹⁾	33.344	30.212	10,4%	17.869	16.670	7,2%	13.113	12.893	1,7%	4.756	3.778	25,9%	9.678	10.951	-11,6%
Custo das Mercadorias Vendidas	(25.300)	(22.476)	12,6%	(13.562)	(12.618)	7,5%	(9.459)	(9.354)	1,1%	(4.103)	(3.264)	25,7%	(6.464)	(7.525)	-14,1%
Depreciação (Logística)	(68)	(50)	36,8%	(29)	(24)	19,6%	(26)	(23)	14,8%	(2)	(1)	125,7%	(28)	(20)	37,2%
Lucro Bruto	7.976	7.686	3,8%	4.278	4.029	6,2%	3.627	3.516	3,2%	651	513	27,0%	3.186	3.406	-6,5%
Despesas com Vendas	(5.485)	(4.884)	12,3%	(2.896)	(2.560)	13,1%	(2.446)	(2.206)	10,9%	(451)	(354)	27,2%	(2.188)	(2.191)	-0,2%
Despesas Gerais e Administrativas	(855)	(669)	27,7%	(364)	(344)	5,8%	(308)	(303)	1,5%	(56)	(40)	38,3%	(253)	(252)	0,2%
Resultado da Equiv. Patrimonial	62	49	26,2%	45	35	30,0%	45	35	30,0%	-	-	0,0%	17	14	16,8%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	(153)	(92)	66,0%	(100)	(92)	8,8%	(104)	(92)	12,8%	3	(0)	n.a	32	(1)	n.a
Total das Despesas Operacionais	(6.431)	(5.596)	14,9%	(3.314)	(2.961)	12,0%	(2.812)	(2.566)	9,6%	(503)	(395)	27,4%	(2.392)	(2.430)	-1,6%
Depreciação e Amortização	(471)	(383)	23,2%	(334)	(308)	8,5%	(288)	(271)	6,2%	(46)	(37)	24,9%	(87)	(68)	27,7%
EBIT - Lucro oper. antes do result. financeiro e impostos	1.074	1.707	-37,1%	629	760	-17,2%	528	679	-22,3%	102	81	25,8%	707	908	-22,1%
Receitas Financeiras	452	333	35,6%	217	182	18,9%	209	173	20,3%	8	9	-7,6%	178	170	4,7%
Despesas Financeiras	(1.147)	(1.033)	11,0%	(559)	(456)	22,4%	(510)	(422)	20,8%	(48)	(34)	42,0%	(453)	(496)	-8,7%
Resultado Financeiro Líquido	(695)	(700)	-0,7%	(342)	(274)	24,7%	(302)	(249)	21,2%	(40)	(25)	58,7%	(276)	(327)	-15,6%
Lucro Operacional Antes I.R.	379	1.006	-62,4%	287	486	-40,8%	226	430	-47,5%	62	56	10,7%	431	581	-25,8%
Imposto de Renda	(157)	(310)	-49,5%	(67)	(131)	-48,5%	(46)	(112)	-58,8%	(21)	(19)	13,6%	(141)	(199)	-28,7%
Lucro Líquido Companhia	222	697	-68,1%	220	354	-38,0%	179	317	-43,5%	40	37	9,3%	290	383	-24,2%
Participação de Acionistas Não Controladores	(30)	189	-115,9%	(7)	(17)	-57,3%	(7)	(17)	-57,3%	-	-	0,0%	164	217	-24,3%
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores⁽²⁾	252	508	-50,4%	227	371	-38,9%	187	334	-44,2%	40	37	9,3%	126	166	-24,1%
EBITDA - Lucro oper. antes da depr., result. financeiro e impostos	1.613	2.139	-24,6%	993	1.092	-9,1%	842	973	-13,5%	151	119	26,4%	821	996	-17,5%
EBITDA Ajustado⁽³⁾	1.766	2.232	-20,9%	1.093	1.184	-7,7%	945	1.065	-11,2%	147	119	23,3%	789	997	-20,8%

	Consolidado		Alimentar		Multivarejo		Assaí		Via Varejo	
	1S15	1S14	1S15	1S14	1S15	1S14	1S15	1S14	1S15	1S14
% da Receita Líquida										
Lucro Bruto	23,9%	25,4%	23,9%	24,2%	27,7%	27,3%	13,7%	13,6%	32,9%	31,1%
Despesas com Vendas	16,5%	16,2%	16,2%	15,4%	18,7%	17,1%	9,5%	9,4%	22,6%	20,0%
Despesas Gerais e Administrativas	2,6%	2,2%	2,0%	2,1%	2,3%	2,4%	1,2%	1,1%	2,6%	2,3%
Resultado da Equiv. Patrimonial	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
Outras Despesas e Receitas Operacionais	0,5%	0,3%	0,6%	0,6%	0,8%	0,7%	-0,1%	0,0%	-0,3%	0,0%
Total de despesas Operacionais	19,3%	18,5%	18,5%	17,8%	21,4%	19,9%	10,6%	10,4%	24,7%	22,2%
Depreciação e Amortização	1,4%	1,3%	1,9%	1,8%	2,2%	2,1%	1,0%	1,0%	0,9%	0,6%
EBIT	3,2%	5,7%	3,5%	4,6%	4,0%	5,3%	2,1%	2,1%	7,3%	8,3%
Resultado Financeiro Líquido	2,1%	2,3%	1,9%	1,6%	2,3%	1,9%	0,8%	0,7%	2,8%	3,0%
Lucro antes do I.R.	1,1%	3,3%	1,6%	2,9%	1,7%	3,3%	1,3%	1,5%	4,5%	5,3%
Imposto de Renda	0,5%	1,0%	0,4%	0,8%	0,4%	0,9%	0,4%	0,5%	1,5%	1,8%
Lucro Líquido Companhia	0,7%	2,3%	1,2%	2,1%	1,4%	2,5%	0,9%	1,0%	3,0%	3,5%
Partic. de acionistas não controladores	-0,1%	0,6%	0,0%	-0,1%	-0,1%	-0,1%	0,0%	0,0%	1,7%	2,0%
Lucro Líquido dos Acionistas Controladores⁽²⁾	0,8%	1,7%	1,3%	2,2%	1,4%	2,6%	0,9%	1,0%	1,3%	1,5%
EBITDA	4,8%	7,1%	5,6%	6,6%	6,4%	7,5%	3,2%	3,2%	8,5%	9,1%
EBITDA Ajustado⁽³⁾	5,3%	7,4%	6,1%	7,1%	7,2%	8,3%	3,1%	3,2%	8,2%	9,1%

(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	
	30.06.2015	30.06.2014
Lucro líquido do exercício	222	697
<u>Ajuste para reconciliação do lucro líquido</u>		
Imposto de renda diferido	97	63
Ganho na alienação de imobilizado	38	24
Depreciação e amortização	537	433
Juros e variações monetárias	546	588
Ajuste a valor presente	8	-
Equivalência patrimonial	(62)	(49)
Provisão para demandas judiciais	26	183
Remuneração baseada em ações	11	24
Provisão para créditos de liquidação duvidosa	251	215
Provisão para obsolescência e perdas e quebras	(10)	(2)
Receita diferida	(54)	(11)
Outras Despesas Operacionais	(9)	-
	1.601	2.165
(Aumento) redução de ativos		
Contas a receber	352	(180)
Estoques	395	(80)
Impostos a recuperar	(440)	(27)
Outros ativos	(191)	(213)
Partes relacionadas	(177)	(39)
Depósitos judiciais	(60)	(55)
	(121)	(594)
(Aumento) redução de passivos		
Fornecedores	(3.226)	(1.794)
Salários e encargos sociais	(62)	54
Impostos e contr. sociais a recolher	(259)	(307)
Demais contas a pagar	(257)	(264)
Demandas judiciais	(141)	(47)
Receita diferida	6	65
	(3.939)	(2.293)
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades operacionais	(2.459)	(722)

FLUXO DE CAIXA DAS ATIVIDADES DE INVESTIMENTO		
(R\$ milhões)	Consolidado	
	30.06.2015	30.06.2014
Venda de Investimentos	7	-
Aquisição de bens do ativo imobilizado	(755)	(503)
Aumento no ativo intangível	(231)	(84)
Venda de bens do imobilizado	34	26
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de investimento	(945)	(561)
Fluxo de caixa das atividades de financiamento		
Aumento (redução) de capital	13	22
Captação e refinanciamentos	3.134	2.756
Pagamentos	(4.835)	(4.313)
Pagamento de dividendos	(358)	(186)
Transação com não controladores	(4)	(7)
Captações de mutuo com partes relacionadas	1.114	-
Caixa líquido gerado (utilizado nas) atividades de financiamento	(936)	(1.728)
Variação Cambial s/ caixa e equivalentes	2	-
Aumento (redução) de caixa e equivalentes	(4.338)	(3.011)
Disponibilidades no início do exercício	11.149	8.367
Disponibilidades no fim do exercício	6.811	5.356
Variação no caixa e equivalentes	(4.338)	(3.011)

SEGMENTAÇÃO DE VENDAS BRUTAS POR NEGÓCIO

(R\$ milhões)	2T15	%	2T14	%	Δ	1S15	%	1S14	%	Δ
Pão de Açúcar	1.735	9,7%	1.641	9,7%	5,7%	3.432	9,3%	3.228	9,6%	6,3%
Extra Supermercado	1.174	6,6%	1.243	7,4%	-5,6%	2.430	6,6%	2.504	7,5%	-2,9%
Extra Hiper	3.337	18,7%	3.515	20,8%	-5,1%	6.786	18,3%	6.996	20,9%	-3,0%
Proximidade ⁽¹⁾	247	1,4%	158	0,9%	56,6%	460	1,2%	308	0,9%	49,4%
Assaí	2.646	14,8%	2.099	12,4%	26,1%	5.143	13,9%	4.070	12,1%	26,3%
Outros Negócios ⁽²⁾	557	3,1%	477	2,8%	16,8%	1.089	2,9%	960	2,9%	13,4%
Alimentar	9.696	54,2%	9.133	54,1%	6,2%	19.340	52,1%	18.066	53,9%	7,0%
Pontofrio	1.027	5,7%	1.428	8,5%	-28,1%	2.413	6,5%	2.930	8,7%	-17,7%
Casas Bahia	3.837	21,4%	4.844	28,7%	-20,8%	8.535	23,0%	9.579	28,6%	-10,9%
Cnova	3.328	18,6%	1.464	8,7%	127,3%	6.799	18,3%	2.930	8,7%	132,0%
Não Alimentar	8.191	45,8%	7.736	45,9%	5,9%	17.747	47,9%	15.440	46,1%	14,9%
Consolidado	17.887	100,0%	16.869	100,0%	6,0%	37.087	100,0%	33.506	100,0%	10,7%

(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.

SEGMENTAÇÃO DE VENDAS LÍQUIDAS POR NEGÓCIO

(R\$ milhões)	2T15	%	2T14	%	Δ	1S15	%	1S14	%	Δ
Pão de Açúcar	1.595	9,9%	1.504	9,9%	6,1%	3.157	9,5%	2.963	9,8%	6,5%
Extra Supermercado	1.104	6,9%	1.167	7,7%	-5,4%	2.287	6,9%	2.356	7,8%	-2,9%
Extra Hiper	3.033	18,8%	3.179	20,9%	-4,6%	6.170	18,5%	6.343	21,0%	-2,7%
Proximidade ⁽¹⁾	231	1,4%	148	1,0%	56,1%	432	1,3%	290	1,0%	48,7%
Assaí	2.445	15,2%	1.947	12,8%	25,6%	4.756	14,3%	3.778	12,5%	25,9%
Outros Negócios ⁽²⁾	546	3,4%	467	3,1%	16,8%	1.068	3,2%	941	3,1%	13,4%
Alimentar	8.953	55,6%	8.412	55,3%	6,4%	17.869	53,6%	16.670	55,2%	7,2%
Pontofrio	918	5,7%	1.257	8,3%	-27,0%	2.150	6,4%	2.567	8,5%	-16,2%
Casas Bahia	3.388	21,0%	4.251	28,0%	-20,3%	7.528	22,6%	8.384	27,7%	-10,2%
Cnova	2.848	17,7%	1.283	8,4%	122,0%	5.798	17,4%	2.591	8,6%	123,8%
Não Alimentar	7.155	44,4%	6.791	44,7%	5,3%	15.475	46,4%	13.541	44,8%	14,3%
Consolidado	16.108	100,0%	15.203	100,0%	6,0%	33.344	100,0%	30.212	100,0%	10,4%

(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			
	2T15	2T14	1S15	1S14	2T15	2T14	1S15	1S14
À Vista	41,8%	40,8%	41,8%	41,8%	51,6%	52,0%	52,1%	52,7%
Cartão de Crédito	48,4%	49,2%	48,6%	48,4%	38,8%	39,2%	38,4%	38,6%
Ticket Alimentação	5,8%	5,0%	5,6%	4,8%	9,6%	8,8%	9,5%	8,6%
Crediário	4,0%	5,1%	4,0%	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

(1) Não inclui Cdiscount.


MOVIMENTAÇÃO DE LOJAS POR BANDEIRA

	31/3/2015	Abertas	Fechadas	Convertidas	30/6/2015
Pão de Açúcar	181	-	(1)	-	180
Extra Hiper	137	-	-	-	137
Extra Supermercado	206	1	(3)	-	204
Minimercado Extra	249	24	(13)	(2)	258
Minuto Pão de Açúcar	21	7	-	2	30
Assaí	87	-	-	-	87
Negócios especializados	241	-	(2)	-	239
<i>Postos de combustíveis</i>	83	-	(1)	-	82
<i>Drogarias</i>	158	-	(1)	-	157
Alimentar	1.122	32	(19)	-	1.135
Pontofrio	371	-	(7)	-	364
Casas Bahia	666	18	(1)	-	683
Consolidado	2.159	50	(27)	-	2.182

Área de Vendas (mil m²)

Alimentar	1.769	1.772
Consolidado	2.880	2.892

Nº de Funcionários Consolidado (mil) ⁽¹⁾

158	151
------------	------------

(1) Não inclui funcionários da Cdiscount.



Teleconferência e Webcast sobre os Resultados do 2T15

Quarta-feira, 29 de Julho de 2015
10:30h (horário de Brasília) | 9:30h (NY) | 14:30h (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 segundo trimestre de 2015 (2T15), 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 junho de 2015 foi de 8,89%.

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